

URUGUAY HEMP:

Textil de cáñamo producido en el Uruguay como vía de desarrollo de micro emprendimientos de diseño textil nacional

Trabajo Final de Grado
Licenciatura en Diseño Industrial - Perfil:
Textil - Indumentaria

Autor: Marcia Corbo

Tutora: Arq. Adriana Babino

2024



Khalid, 2024. A piece of hemp. [Fotografía por Kenji Gonda (https://www.instagram.com/kenji_gonda)]
why-hemp-is-revolutionizing-the-fashion-industry

Uruguay Hemp:

Textil de cáñamo producido en el
Uruguay como vía de desarrollo de
micro emprendimientos de diseño textil
nacional

Trabajo Final de Grado

Licenciatura en Diseño Industrial - Perfil: Textil - Indumentaria

Autora: Marcia Corbo

Tutora: Arq. Adriana Babino

Escuela Universitaria Centro de Diseño

Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo
Universidad de la República

2024



Escuela Universitaria
Centro de Diseño



Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo
UDELAR



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

Agradecimientos

A mi tutora Adriana y mi amiga Irina, por acompañarme y guíarme durante todo el proceso.

A mis padres, por confiar en mí, alentarme y apoyarme en cada decisión que he tomado hasta ahora.

Índice

Agradecimientos	3
Capítulo 01: Introducción	5
1.1 Introducción	6
1.2 Problema de investigación	7
1.3 Objetivos	9
1.4 Justificación del tema	10
1.5 Metodología	11
Capítulo 02: Marco teórico	12
2.1 Ética estética de masas	13
2.2 Sustentabilidad	15
2.3 Consumo sustentable	16
2.4 Sustentabilidad en la industria textil y la moda, una tendencia global	17
2.5 Textiles naturales y sustentables: tendencia en alza	20
2.6 Preferencias del consumidor	22
2.7 Industria textil Nacional: breve resumen de antecedentes	24
2.8 Cannabis Sativa L.: Cáñamo Industrial	27
2.9 Cáñamo en Uruguay	31
Capítulo 03: Megatex: pioneros en textiles de cáñamo en Uruguay.	32
3.1 Megatex	33
3.2 Costos productivos	39
3.3 Desafíos	39
3.4 Microemprendimientos y Megatex	41
3.5 Ubicación de los microemprendimientos dentro del territorio nacional y generalidades	43
Capítulo 04: Caracterización de los microemprendimientos	46
4.1 Microemprendimientos entrevistados	47
4.2 Características generales	49
4.3 Público objetivo	51
4.4 La decisión de implementar textil de/con cáñamo	52
4.5 Herramientas y estrategias de promoción/marketing	53
4.6 Niveles de producción	55
4.7 Tipologías de prendas y viabilidad económica del uso del textil	55
4.8 Demanda en el mercado local	57
Capítulo 05: La otra perspectiva: Entrevista a Antonio Carambula, ex director ejecutivo de Uruguay XXI (Periodo 2015 - 2020)	59
5.1 Uruguay XXI durante su gestión	60
5.2 Cáñamo industrial y textil de cáñamo: incentivos y promoción del textil en nuestro país	60
Capítulo 06: Conclusión	63
Bibliografía	69
Anexo	74

Capítulo 01

Introducción

Contenido

- 1.1 Introducción
- 1.2 Problema de investigación
- 1.3 Objetivos
- 1.4 Justificación del tema
- 1.5 Metodología

Introducción

El presente Trabajo Final de Grado se enfoca en conocer y caracterizar a los micro emprendimientos de diseño textil nacional que utilizan el textil de cáñamo producido en nuestro país, visualizar desde la perspectiva emprendedora las fortalezas y debilidades de apostar al uso de este textil en el mercado nacional así como también las herramientas de promoción que utilizan para potenciar sus micro emprendimientos con el fin de determinar si el cáñamo textil producido en nuestro país puede ser una vía de desarrollo para éstos.

La motivación detrás de este tema surge de un interés personal de exponer la importancia de apostar por la utilización de un textil de origen natural y sustentable disponible en el mercado textil nacional desde finales de 2021 gracias a Megatex, fábrica textil ubicada en el Polo Tecnológico Industrial del Cerro (PTI Cerro) en la ciudad de Montevideo. Paralelamente, comprender el grado de viabilidad (productiva, promocional y económica) que apostar por utilizar textiles de/con cáñamo producidos en nuestro país existe actualmente.

A partir del trabajo a continuación, se llevará a cabo un análisis detallado de los aspectos clave que han determinado la toma de decisiones hacia apostar por producir este tipo de textiles en nuestro país. Se caracterizarán a los micro emprendimientos nacionales que actualmente utilizan textiles de/con cáñamo, así como los valores y principios que guían su trabajo.

Paralelamente, se dialogará con expertos en el sector promocional de Uruguay XXI para delimitar herramientas de promoción que potencien dichos emprendimientos y respondan a las necesidades de éstos; explorando las oportunidades, desafíos y proyecciones a futuro del sector del cáñamo textil producido en nuestro país.

Problema de investigación

Desde la modificación de la Ley 19.172 (Legalización y regularización del Cannabis y sus derivados) a través del decreto 372/014 de 16 de diciembre de 2014, 1150 hectáreas son destinadas a la producción de cáñamo en Uruguay. Para Marzo del 2020, fueron otorgadas 42 licencias para producción de cáñamo; la licencia destinada al cultivo textil es llevada a cabo por la empresa Ecofibre Uruguay S.A que exporta su materia prima al exterior debido a la falta de industrias extractoras locales.

Se visualiza un crecimiento en este sector, principalmente debido al aumento de la demanda por parte de los consumidores que llevan estilos de vida que apuntan al consumo consciente, transparente, ambientalmente sostenible y medicinal.

A partir de esta tendencia, Tejidos Bersan (última fábrica hiladora de tejidos nacional), ubicada en el PTI del Cerro, decide incursionar en la manufactura y venta de tejidos de cáñamo (puro y en combinación con otras fibras como la lana y el algodón orgánico), logrando mantenerse a flote en el rubro y abrir su clientela a nivel internacional. No obstante, a nivel local, si bien existen firmas que apuntan a esta tendencia del consumo sostenible (ej: Ana Livni, Don Baez) son escasos los emprendimientos de diseño textil nacionales conocidos que apuesten a la utilización del textil de cáñamo producido en nuestro país. Estos últimos, representan al diseño sustentable propiamente dicho gracias a las características intrínsecas del textil, que, por un lado, son beneficiosas para la preservación del medio ambiente como también presentan características provechosas para las personas; pudiendo favorecer al desarrollo de los micro emprendimientos de diseño textil nacionales debido a la reciente disponibilidad del textil en el mercado local sumado a la creciente demanda tanto a nivel nacional como internacional por adquirir productos textiles con materias prima nobles y trazables como lo es el textil/tejido decáñamo.

Surgen, en consecuencia, las siguientes **preguntas de investigación**:

-¿Qué micro emprendimientos dentro del rubro del diseño textil, en la actualidad, están utilizando textiles/tejidos de cáñamo manufacturados en Uruguay y cuáles son los productos realizados a partir de la utilización de este textil?

-¿Es económicamente sostenible para dichos emprendimientos utilizar textiles de cáñamo producidos en nuestro país y de qué forma se beneficiarían si apuestan al uso de dichos textiles?

-¿Qué herramientas de promoción pueden aportar al desarrollo de los micro emprendimientos que utilicen textiles de cáñamo?

Objetivos

Objetivo general:

Conocer el desarrollo, los productos, la viabilidad económica, los beneficios y las herramientas de marketing de los micro emprendimientos de diseño textil uruguayo a través del uso del textil de cáñamo producido en el Uruguay

Objetivos específicos:

-Caracterizar a los micro emprendedores de diseño textil que utilicen textiles / tejidos de cáñamo autóctonos y los productos que realizan con dicha materia prima.

-Evaluar si el uso de textiles manufacturados a nivel nacional para los micro emprendimientos es económicamente sostenible y determinar los beneficios de trabajar con textil de cáñamo producidos en nuestro país

-Determinar herramientas de promoción apropiadas que potencien a los micro emprendimientos de diseño textil locales que apuesten a la utilización de textil de cáñamo producido en el Uruguay

Justificación del tema

La tendencia y adopción de los consumidores a adoptar estilos de vida que continúen satisfaciendo las necesidades individuales del presente sin comprometer el futuro en virtud de un equilibrio social, cultural, económico y medioambiental ha generado un aumento en la demanda por textiles de origen natural, con cadenas de producción transparentes. A su vez, Uruguay es pionero en América Latina en generar una economía en cáñamo, siendo visto por el mundo como una región que está regularizando el cultivo de esta planta, asociada de forma directa con la tendencia anteriormente mencionada por sus usos medicinales y beneficios medioambientales. Desde este lugar, encuentro una oportunidad de crecimiento y sustento de los micro emprendimientos de diseño textil nacionales que puedan adoptar estas tendencias como propias gracias a la reciente disponibilidad en el mercado local de textiles de cáñamo producidos en el Uruguay. Por otro lado, desde una mirada extensionista, este proyecto contribuye a fortalecer lazos y promover el sustento de una institución (Megatex) que no sólo ha adoptado prácticas respetuosas con el medio ambiente, es también la última fábrica textil presente en nuestro país y está ubicada en un ámbito donde la Universidad de la República tiene una profunda relación de extensión como lo es el PTI.

Como antecedente tomé la Tesis de Grado de la EUCD, ‘‘Detrás de lo que vemos, lo que desconocemos’’ por su carácter introductorio a mi investigación.

Metodología

Durante el desarrollo de este trabajo, se realizó, en primer lugar, una recolección de datos bibliográficos acerca del cáñamo textil para describir, desde la fundamentación teórica, las características que asocian al textil de cáñamo con el aumento de la demanda de consumidores por adquirir textiles de origen natural, sostenible y trazable.

En paralelo, desde un enfoque cualitativo, se realizó una entrevista a Diego Longo, socio fundador de Megatex para conocer la demanda a nivel local por textiles sustentables, en especial el de cáñamo además de caracterizar a los micro emprendimientos que utilicen estos textiles con el objetivo de visualizar el rubro textil que operan dentro del mercado local. Luego, utilizando un enfoque cuantitativo, se realizó un recuento de los emprendimientos de diseño textil nacional que utilizan el cáñamo textil autóctono para categorizarlos según sus características. Posteriormente, desde un enfoque cualitativo, se realizaron entrevistas a tres microemprendedores que utilizan el textil dentro del rubro indumentaria: Alterna, Gimena Damiano y Selva Juana para evaluar, desde su perspectiva, los beneficios de utilizar el textil de cáñamo, su viabilidad en el mercado local así como también sus proyecciones de crecimiento a nivel nacional, regional e internacional.

En última instancia, a través de un enfoque cualitativo, se realizó una entrevista a Antonio Carámbula, director ejecutivo de Uruguay XXI en el período 2015-2020 con el fin de conocer las proyecciones del sector del cáñamo industrial y en específico el textil de cáñamo con foco en poder determinar herramientas de promoción que potencien el uso y reconocimiento del textil. Finalmente, se proponen conclusiones que diagnostican a partir de la información recabada, las oportunidades y desafíos de los micro emprendedores al apostar al cáñamo textil nacional.

Capítulo 02

Marco teórico

Para adentrarnos en el tema que nos compete, debemos en primer lugar, visualizar y comprender conceptos resultantes de los cambios en los hábitos de consumo de las personas que han forjado el camino hacia las tendencias que al día de hoy podemos visualizar dentro del ámbito del diseño textil en torno al diseño sustentable. En el Uruguay, estos parámetros se han manifestado tanto en el imaginario colectivo de los consumidores, así como también, en el seno del diseño textil nacional gracias a la reciente disponibilidad en el mercado local de textiles de origen natural y, en específico, de cáñamo industrial producidos en el territorio.

Contenido

- 2.1 Ética estética de masas
- 2.2 Sustentabilidad
- 2.3 Consumo sustentable
- 2.4 Sustentabilidad en la industria textil y la moda, una tendencia global
- 2.5 Textiles naturales y sustentables: tendencia en alza
- 2.6 Preferencias del consumidor
- 2.7 Industria textil Nacional: breve resúmen de antecedentes
- 2.8 Cannabis Sativa L.: Cáñamo Industrial
- 2.9 Cáñamo en Uruguay

Ética estética de masas

La sociedad se encuentra en un estado de transformación producto del pasaje del tiempo, de la aceleración de las transformaciones tecnológicas, de la aparición de un universo virtual donde el ciber mundo construye y deconstruye subjetividades, generando nuevas formas de control y seducción del poder (Araujo et al. , 2016). Frente a la perspectiva homogénea que propone el momento actual del capitalismo, surgen críticas, diversas perspectivas y visiones que consideran y proponen la necesidad de un cambio civilizatorio (Márques, 2017). En estas sociedades contemporáneas, surgen nuevos valores y ritos, nuevos signos y símbolos, nuevas éticas y estéticas. Toda la sociedad se reestructura según la lógica de la seducción, la renovación permanente y la diferenciación marginal. La sociedad burocrática y democrática se somete a “...la forma-moda y se presenta como una sociedad superficial y frívola, que no impone ya la normatividad mediante la disciplina, sino mediante la elección y lo espectacular.” (Lipovetsky et al., 2004, p. 20).

La sociedad estética hipermoderna, se caracteriza de la producción masiva de bienes con un alto valor simbólico y emocional con el fin de la autorrealización personal sumado a la “producción de una cultura del presente, la renovación de las experiencias vividas, la diversión permanente” (Lipovetsky et al. , 2015, p.325) en otras palabras, un modo de vida estético. Sin embargo, en este modelo de consumo de masas estetizado, plantea Lipovetsky (2015) una serie de contradicciones que han surgido a lo largo de la segunda mitad del S.XX que desenlazan en nuestro presente:

Se celebra lo cotidiano y se promueve un ideal de vida estético (*aesthetic lifestyle*) con la finalidad de buscar y comunicar al imaginario colectivo el mejor vivir experiencial; los individuos demandan entornos, sensaciones y culturas de vivir mejor que abarquen todos los aspectos tangibles e intangibles de la existencia, lo que conocemos comúnmente en el discurso como la calidad de vida:

una exigencia de la ética estética que se sitúa en el centro del pensamiento humano generando individuos conscientes que se replantean sus hábitos de consumo y formas de habitar (Lipovetsky et al. (2015) , p.339-340).

Surge en el imaginario colectivo una serie de valores ecológicos que exigen un cambio en los hábitos de consumo de la sociedad; una ética con mirada hacia el futuro que exige no comprometer la calidad de vida de las generaciones futuras, una ética de responsabilidad a largo plazo en contra del derroche desmedido orquestado por el capitalismo de consumo a través de la búsqueda de estrategias en todos los ámbitos de la existencia humana, la búsqueda de un estilo/calidad de vida que reduzca el impacto ecológico. En este punto, tengamos en cuenta lo que plantea Lipovetsky: *Es verdad que los comportamientos evolucionan, que absorben las exigencias ecologistas. Pero no nos engañemos: esta actitud no dará origen a una cultura de abstinencia, sino más bien a un hiperconsumo sostenible* (Lipovetsky et al. 2015, p. 334).

El desarrollo sustentable hace referencia a la capacidad que haya desarrollado el sistema humano para satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer los recursos y oportunidades para el crecimiento y desarrollo de las generaciones futuras.

Esta definición se expresó por primera vez haciendo referencia al desarrollo sustentable en el informe Brundtland, “Our Common Future”, publicado en 1987.

Cabe entonces definir el concepto de sustentabilidad para así entender cómo éste, sumado a las nociones explicadas anteriormente, conforman un entorno favorable para el aumento de la demanda de los consumidores hacia textiles de origen natural y más específicamente, textiles sustentables.

Sustentabilidad

El propósito sustentabilidad radica en asumir que los recursos naturales disponibles son finitos y es necesario que sean utilizados en el presente de forma tal que no perjudiquen la calidad de vida de la próxima generación (ONU, 1987, p. 67). Es fundamental que exista un equilibrio entre la humanidad, la ecología y el desarrollo económico para poder pensar en un futuro habitable y es sobre esta correlación donde la sustentabilidad cumple un rol fundamental.



Fig. 1. Los tres pilares de la sustentabilidad basado en el informe Brundtland (Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo, 1987)

La sustentabilidad se conforma por la sinergia entre estos tres pilares representados gráficamente en la Figura 1: Equidad social, viabilidad económica y protección del medio ambiente, de forma tal que cada uno pueda desarrollarse sin perjudicar el desarrollo del otro. Es necesario un compromiso a nivel global de todos los estratos de la sociedad para poder lograr este objetivo: no es posible pensar en un futuro sostenible si el desarrollo y avance económico-productivo de una pequeña porción de la humanidad significa el aumento de las inequidades e injusticias de la vasta mayoría menos privilegiada, la destrucción de los recursos naturales del medio ambiente y el acceso a éstos.

El hiperconsumo sostenible (planteado por Lipovetsky et al., 2015) se presenta, cada vez más, como el modelo de consumo necesario de adoptar para continuar la existencia y la posibilidad de habitar nuestro entorno. A través de iniciativas por medio de políticas públicas que prioricen bienestar social, métodos de accionar sustentables como vía de protección del medio ambiente tanto a entes públicos como privados para así lograr cambios a nivel productivo de las empresas que disminuyan el impacto negativo al ambiente y la calidad de vida de las personas.

El cambio de paradigma y las tendencias hacia estilos de vida sostenibles, éticos y en busca de la mejora de la calidad de vida de los individuos cumple un papel fundamental en este entramado ya que la responsabilidad principal radica en el accionar humano.

A través de la demanda por políticas públicas y formas de actuar que sigan los lineamientos de una ética de consumo sostenible hacia las grandes corporaciones (a partir de cambios en el hábito de consumo) podremos visualizar viables modelos de negocios sustentables que perduren en el tiempo.

Consumo sustentable

Entiendo al consumo como el proceso en el cual agentes se emplean en la apropiación y apreciación, tanto para fines utilitarios, expresivos o contemplativos, de bienes, servicios, performances, información o ambientes, adquiridos mediante la compra o no, en donde el agente posee un cierto grado de discreción (Warde, 2005, p. 137)¹

A partir de esta definición, sumado a lo expresado anteriormente acerca de el modo de habitar de la sociedad de masa hipermoderna, queda claro que el consumo forma parte de una práctica, es decir, de un proceso de consumo. La intención es establecer un deseo a partir de las relaciones que se generan a través de lo que queremos poseer (Warde, 2005), sensaciones

¹ Traducción personal sobre texto: "I understand consumption as a process whereby agents engage in appropriation and appreciation, whether for utilitarian, expressive or contemplative purposes, of goods, services, performances, information or ambience, whether purchased or not, over which the agent has some degree of discretion."

tangibles e intangibles que pretenden suplir más allá de las necesidades básicas de subsistencia sino adquirir a través del objeto sensaciones y sentimientos a través de la recolección de experiencias que llenen la necesidad existencial de cada uno de nosotros.

De este modo, la realidad del consumo de las sociedades hipermodernas radica en los instrumentos utilizados por las corporaciones para generar ese engagement en el individuo de aportar a la experiencia de consumo descrita.

La diferencia radica según dónde nos paramos en este ciclo inevitable de consumo; debemos de pensar y actuar hacia un consumo consciente y responsable con el fin de “...lograr una sinergia entre diseño y desarrollo sostenible, renovación estética y ecológica, moda y responsabilidad verde. El futuro está en la hibridación de la ecología de la seducción” (Lipovetsky, 2020, p.369)

Sustentabilidad en la industria textil y la moda, una tendencia global

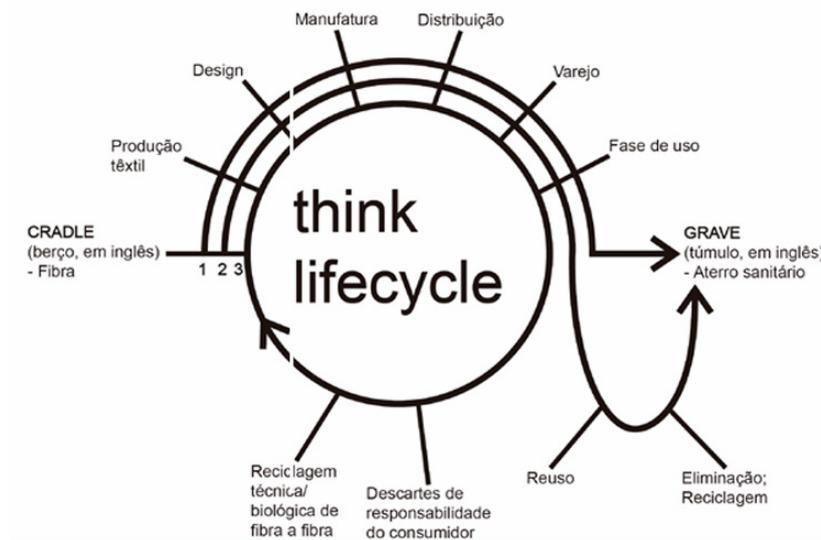
Aplicado a la industria textil, el concepto de sustentabilidad se refiere en general a todos aquellos procesos, actores y acciones que se desempeñan bajo principios de equidad, justicia social, cuidado y responsabilidad ambiental y animal en cada etapa del ciclo de vida de una prenda; desde el momento previo (toda la cadena productiva de manufactura de prendas, desde la fibra al perchero), durante y posterior (desuso y desecho) de la prenda.

Las tendencias hacia la moda sustentable han venido en aumento y crecen de forma exponencial siendo cada vez más los actores que se desempeñan en generar cambios a largo plazo para atribuir a un consumo y un futuro sostenible causa del aumento de las concentraciones de gases de efecto invernadero a nivel global y la pandemia COVID-19.

Definimos tendencia como el o los “... cambios a largo plazo de los patrones de comportamiento globales en torno a cómo las personas actúan, los cambios que dichos cambios de comportamiento generan en el ambiente. Suelen ser causados por cambios en el ámbito políti-

co, social, económico y tecnológico” (Swarna et al., 2022, p.9)

A nivel global, corporaciones y personas están comenzando a repensar sus conductas y hábitos de consumo pensando en la longevidad de la especie humana en el planeta a través de principios y directrices afines a la sustentabilidad y en específico la moda sustentable (Livramento et al. 2023 p.6).



La primera línea (línea 1) traza un modelo lineal en un proceso de diseño, el comúnmente usado en la actualidad por las industrias textiles. El destino final de la prenda es vertederos de basura/textiles, este proceso productivo es conocido como el *fast fashion* o moda rápida. La segunda línea (línea 2), un modelo intermedio de consumo en donde el destino final de la prenda radica en la implementación de métodos de reciclaje y reutilización textil, alargando la vida útil de la prenda. Sin embargo, durante este proceso el desenlace de la prenda termina siendo igual al de la línea n°1, un desecho.

Por último, encontramos el tercer recorrido, planteado como circular, donde se genera desde la fibra hasta la prenda, procesos y estrategias

Fig. 2. Mecanismo del proceso de diseño de la moda sustentable (Gwilt, 2014, p. 22)

de aprovechamiento de todos los componentes del producto descartado para reinsertarse nuevamente dentro de la cadena productiva.

Dentro de esta perspectiva, surgen tendencias innovadoras en torno a modelos de negocios sustentables. Todeschini et al. (2017) enlista algunas de éstas de la siguiente forma:

- Economía Circular: suprareciclaje, veganismo y upcycling
- Responsabilidad Social Corporativa: compensación del trabajo y comercio justo y ético, utilización de los recursos locales
- Economía compartida y consumo colaborativo: bibliotecas de moda, second-hands
- Innovación tecnológica: materia prima sustentable, zerowaste, moda digital
- Información al consumidor: armarios cápsula, slow fashion, consumo consciente

Textiles de origen natural y sustentables, una tendencia en alza

Pesok (2004) define al textil como un artículo hecho de fibras textiles, ya sean éstas naturales, artificiales y/o sintéticas. Una fibra textil es definida como un cuerpo sólido, de forma aproximadamente cilíndrica, relativamente flexible, macroscópicamente homogénea, con una muy alta relación de sus dimensiones longitudinales a sus dimensiones transversales y con una pequeña sección transversal cuyo diámetro aparente es del orden de los micrones que además posee la capacidad de ser hilable (Pesok, 2004, p.2).

Así como lo dice su nombre, las fibras textiles naturales provienen de una fuente natural. Ya sea de origen animal, vegetal o mineral; no requieren de transformación química alguna de su estructura, siendo así una alternativa más sostenible y con nuestra la salud humana.

A diferencia de las fibras sintéticas o artificiales, las fibras naturales no desprenden microplásticos al ser lavadas; aquellas que son naturales en su totalidad, son 100% biodegradables permitiendo cerrar de forma sustentable el ciclo de vida del producto. Asimismo, los tejidos hechos a partir de fibras naturales se adaptan fácilmente a los cambios de temperatura, manteniéndose livianos y frescos en verano, sintiéndose cálidos y secos al tacto en el invierno. Algunos textiles de origen natural presentan cualidades antibacterianas e hipoalergénicas como el cáñamo y el lino. Otros como la lana y el algodón, poseen características antitranspirantes y de aislamiento térmico.

Su origen data del Neolítico, de 5000 a 10000 años a.C a partir de la domesticación de animales y el surgimiento del cordel, respuesta a la necesidad de mantener a los animales atados. Es a partir de este momento que comienza la evolución del textil y la vestimenta.

Las fibras de origen natural se dividen según su origen: fibras de origen vegetal y fibras de origen animal.

Las fibras de origen vegetal se extraen de la velloidad de algunas semillas, como el algodón; de los tallos, como el lino y el cáñamo; fibras de follajes, como el sisal; fibras de cáscaras,

como las de coco. Suelen ser fibras irregulares e imperfectas.

Las fibras de origen animal, como lo dice su nombre, tienen origen de las fibras capilares de algunas especies como la lana de oveja y alpaca o secreciones glandulares como la seda.



Fig. 3. Textiles de origen natural teñidos con tintes naturales [Fotografía] por Freepik, https://www.freepik.es/foto-gratis/panos-vista-superior-elaborados-diferentes-composiciones-pigmentos-naturales_10875899.htm#query=telas%20naturales&position=30&from_view=search&track=ais&uuiid=d38fcd6-0733-4c1c-9e41-67d310daba82>- Freepik

Preferencias del consumidor

A nivel internacional, podemos observar un estudio realizado en Noruega, entre Diciembre de 2021 y Enero de 2022 por el Instituto Nacional de Investigación del Consumidor (SIFO) perteneciente a la Metropolitan University de Oslo el cual recolectó información acerca de la preferencia de uso en torno a los textiles de los consumidores noruegos a través de un cuestionario online realizado a una muestra de 1281 personas entre 18-80 años de ambos sexos. La encuesta incluía preguntas acerca de la preferencia de uso de 11 fibras: poliéster, poliéster reciclado, acrílico, algodón, algodón orgánico, viscosa, viscosa de bambú, lana, alpaca, seda y lino. Los encuestados podían seleccionar a través de una escala gráfica, si preferían o evitaban usar dichas fibras así como también, la opción de no opinar acerca de alguna de ellas.

Los encuestados mostraron una mayor preferencia hacia las fibras naturales, en especial a la lana, preferida por el 72% de los encuestados, seguido por el algodón (63%), alpaca (38%), algodón orgánico (34%), lino, seda, viscosa de bambú, viscosa, en comparación con las fibras sintéticas donde el poliéster fue preferido por el (2%) seguido por el poliéster reciclado (2%) y el acrílico (1%) (Sigaard et. al, 2023)

Casi la mitad de los encuestados dijeron preferir evitar el poliéster (47%) y el acrílico (46%) y hasta un 35% el poliéster reciclado. La principal causa para evitar las fibras sintéticas fue el factor de comodidad en el uso o al tacto. La segunda razón más común para evitar dichos textiles radica en cuestiones ambientales y debido a las consecuencias climáticas que genera el uso y producción de estos textiles.

Es visible como la tendencia hacia los patrones y hábitos de consumo conscientes son cada vez más frecuentes en la sociedad, reviviendo un flujo de consumo hacia prendas que presentan en su totalidad o en su amplia mayoría, fibras naturales.

En el caso de Uruguay, es posible visualizar a través del *prontuario sustentable/encuesta*

realizada en el año 2019 para la Tesis de Grado *Detrás de lo que vemos, lo que desconocemos*, información relevante en torno al conocimiento acerca de la sustentabilidad y hábitos de consumo sustentable en nuestro país. Se utilizó una muestra de personas entre 18 y 30 años, de género predominante femenino.

Los encuestados le dan un alto valor a la importancia en el origen y procesos del producto a consumir, El 95% de los sondeados coincide en que se debería impulsar el consumo ético. Aunque desconocen en profundidad la definición de Sustentabilidad, le atribuyen el término reciclaje en primer lugar, al que le sigue precios honestos y procesos nobles y también le dan un alto valor y significancia al origen y procesos del producto a consumir.

La autora de la encuesta concluye ‘...el uruguayo no es víctima del consumo, sólo abusa del mismo dependiendo de la situación, por lo que podríamos decir que son consumidores responsables (tendríamos que analizar en profundidad cuál es el “depende” de cada accionar)’ (Díaz, 2019, p.24)

A partir de los resultados y la conclusión realizada por la autora del trabajo, debemos considerar que el mercado uruguayo se caracteriza por adaptarse a las tendencias globales actuales; tiene sentido que los individuos encuestados no conozcan profundamente la definición de sustentabilidad y sus aplicaciones ya que, como toda tendencia que se adopta, se establece y legitima en la sociedad de forma tardía en comparación con las regiones que llevan la característica de *trendsetters* (persona que marca tendencias, Diccionario de Neologismos del Español Actual de la Universidad de Murcia, España 2023) .

Es alentador visualizar que la población joven uruguaya está comenzando a tener un conocimiento acerca de nociones de sustentabilidad y su importancia para la conservación del medio ambiente.

Industria textil nacional: breve resúmen de antecedentes

La industria textil uruguaya, que tiene un surgimiento tardío en comparación con otros países de la región, tiene un crecimiento lento respecto de las otras ramas industriales de nuestro país hasta el fin de la Primera Guerra Mundial.

En el comienzo de la década de 1920 tiene un fuerte impulso, convirtiéndose en la segunda rama en participación en el valor agregado de la industria manufacturera. Durante este período, la industria textil comprendía al sector lanero que trabaja con materia prima nacional y el sector algodonero, dependiente de la importación de materia prima.

La crisis de 1929 afectó fuertemente a la industria en su conjunto y a la industria textil de manera particular por la reducción de las importaciones, consecuencia de la caída de los términos de intercambio y la contracción del mercado interno, principal destino de la producción textil (Bertino, 2009).

La industria textil se recupera desde mediados de la década del treinta y continúa su proceso de expansión. Este crecimiento se ve estancado hacia principios de la década del cincuenta debido a la crisis del modelo de sustitución de importaciones; en un contexto de bajo dinamismo de la demanda interna y externa, debilitamiento de la protección y aumento de los precios domésticos de la materia prima, la rama pierde también competitividad en los mercados externos. Asimismo, a nivel mundial la industria textil experimenta un proceso de relocalización después de la Segunda Guerra Mundial, por el cual ésta tiende a concentrarse en los países de menores ingresos y salarios bajos, dando como resultado que a mayor ingreso per cápita de un país, menor es el peso del sector textil en la industria manufacturera.

Durante los primeros años de la dictadura militar se impulsó un modelo de apertura económica y promoción de las exportaciones no tradicionales en cuyo marco se dispusieron medidas que beneficiaron a las empresas textiles. En la década de 1970, la rama tiene un nuevo impulso creciendo a una tasa 50% superior a la del resto de la industria (Duarte, 2005,

p.18).

A principios de los años 80, la recesión golpeó a la industria textil más duramente que a otros sectores industriales. El Volumen Físico de producción de la industria textil cayó 47%, debido a la profunda crisis y al quiebre de la política cambiaria. No obstante, la rama textil seguía ocupando el tercer lugar en importancia (9%) dentro de la industria manufacturera en su conjunto. En estos años se produjo una importante renovación tecnológica, al menos en algunos rubros, luego de un prolongado estancamiento en la inversión en el sector textil.

La década de 1990 fue un período de retrocesos para el sector Textil, Prendas de Vestir y Cuero. Su participación en el Valor Bruto de Producción y en el valor agregado de la industria disminuyó; el empleo sectorial se deterioró severamente y sus exportaciones sufrieron importantes descensos. En cuanto a las exportaciones en el sector, el 41% de las exportaciones del país estaban constituidas por productos textiles y sus manufacturas, cuero y artículos de cuero. En 2001, sin embargo, esta proporción se situó en 24% (Duarte, 2005, p.20).

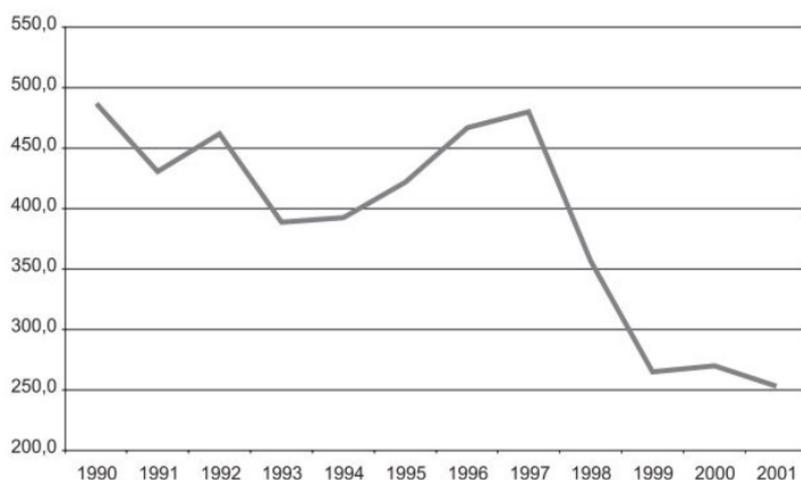


Fig. 4. Exportaciones de textiles y su manufacturas, en millones de dólares durante el período 1990-2001 (Duarte, 2005, p.28)

Entre 2002 y 2004 el Índice de Volumen Físico (IVF) de los Textiles creció 45% acumulado. Los mayores incrementos de las ventas totales fueron los que consignaron los incrementos más significativos en las exportaciones, debido a la alta inserción internacional del sector y a la efectiva búsqueda de mercados fuera de la región para colocar los productos

en un contexto de pérdida de competitividad frente a los socios comerciales vecinos.

Sin embargo, este crecimiento de la industria se vio acompañado con una extrema debilidad en lo que respecta al empleo y los salarios.

Golpeada por las dificultades de competitividad frente a productos importados, las importaciones pasaron de 170 millones de dólares en el año 2008 a 260 millones en 2019, de acuerdo a datos del Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM). No obstante, la cifra fue de 200 millones de dólares en 2020, nuevamente por efectos de la pandemia. China y otros países asiáticos representan el 80% de las importaciones.

En 2019, la producción representó el 14% del total de 2008 y en 2020 se redujo 30% respecto a la de 2019, en un contexto de pandemia que profundizó los problemas.

Las exportaciones cayeron de 61 millones de dólares en 2010 a 10 millones de dólares en 2020. Estas dificultades enmarcaron la pérdida de 6000 puestos de trabajo desde el año 2010, así como también la legitimación del trabajo informal y las bajas remuneraciones en la industria.

La industria textil se encuentra en constante movimiento y transformación a causa de la dependencia a las micro y macro tendencias que surgen en el mundo; la demanda por una moda sustentable y sostenible interpela directamente al sector. Esto ha llevado a una “progresiva toma de conciencia de la necesidad de encontrar sustitutos de materiales sostenibles” además de dotar de trazabilidad a los productos para ampliar las posibilidades de expansión, explica Susana Pecoy, directora nacional de Industrias de nuestro país.

La reconversión es importante, el valor agregado es muy importante. El diseño tiene que ir de la mano de la industria textil para realmente poder dar las posibilidades de seguir siendo siempre un diferencial de calidad (Pecoy, S., entrevista personal para el diario El País, 2021).

Cannabis Sativa. L: Cáñamo Industrial

El Cannabis Sativa es una planta que deriva de la familia Cannabaceae con presencia del componente químico THC- delta- 9 - Tetrahidrocannabinol, cannabicromeno-CBC, cannabinol, cannabidiol- CBD, ETC.

Solo algunas tienen psicoactividad, dependiendo directamente del grado de THC que se encuentre en la planta. El otro cannabinoide importante que también genera efectos psicoactivos es el CBD, Cannabidiol que regula el anterior, utilizado con fines medicinales dado que alivia las inflamaciones, convulsiones, problemas relacionados a la enfermedad del Parkinson y tratamientos oncológicos. Por último, existe el CBN, psicoactivo leve (Díaz, 2019).

Esta planta es originaria de Asia central mencionada ya en un escrito de la corte del emperador Shen Nung que data del 2737 a.C., recomendada por sus valores medicinales (Pesok, 2004 p.94).

Se han encontrado restos prehistóricos en la India, Tailandia y Malasia. Hallazgos en la actual China prueban que alrededor del año 4.000 a.C., como mínimo, se hacían allí textiles con fibras de cáñamo.

Según Díaz (p. 32, 2019), “Taxonómicamente se puede subdividir el género en cuatro especies: Cannabis Sativa (Cannabis sativa var. sativa), destinada al uso industrial y alimenticio, Cannabis Indica Cannabis sativa var. indica) a partir de la cual se produce marihuana y hachís, Cannabis ruderalis (Cannabis sativa var. spontanea), Cannabis afghanica (Cannabis sativa var. afghanica)”. Las tres últimas son principalmente utilizadas para la producción de sustancias psicoactivas, con fines recreativos y medicinales en las cuales el THC varía entre 3% y 25% (INIA, 2013), no se descarta a Cannabis sativa var. sativa para el mismo uso y con contenidos elevados de THC.

Las cuatro especies se subdividen según sus características morfológicas:

	Cannabis Sativa	Cannabis Indica	Cannabis Ridelalis	Cannabis Afghanica
Plantas	altas 6m	cortas menor 3m	pequeñas	bajas menor 1,5m
Tallos	suaves y huecos	suaves y casi sólidos (con médula)	suaves y huecos	corrugados y casi sólidos
Enramado	débil con internodos largos	fuerte con internodos más cortos	sin ramas	fuerte con internodos cortos
Peciolos	cortos de 5 a 9 folíolos por hoja	cortos de 7 a 11 folíolos por hoja	cortos de 5 a 7 folíolos por hoja	largos
Semillas	mayor 3,7mm de largo forma de lente con base roma superficie opaca no veteada	3,7mm de largo no forma de lente base redondeada superficie con o sin vetas con o sin lámina de abscisión		mayor a 3,0mm de largo casi redonda con base roma superficie gris brillante y veteada
Cultivo	Cultivado para fibras, aceite, sustancias psicoactivas	drogas, fibras, aceite	no cultivada	sustancias psicoactivas

A su vez, podemos subdividir al Cannabis en dos franjas, según la concentración de sus componentes químicos: la que posee THC y la que carece de él (posee un porcentaje menor a 0,3); tanto las características morfológicas como la concentración de los componentes químicos determinan la aplicación y usos de cada especie en la industria.

El primer término más conocido como “Marihuana” en América del Sur, planta que se cultiva para el consumo recreativo y medicinal de la flor de la misma; el último: Cannabis Sativa L, Cáñamo Industrial, usado para la manufactura de papel, alimentos, cosmética, insumos para la construcción y especialmente para el textil.

Marihuana	Cáñamo Industrial
THC mayor a 0.3%	THC menor a 0.3%
Plantas generalmente femeninas (producen flor)	Plantas generalmente masculinas (no producen flores)
Requiere proporciones específicas de luz, temperatura, humedad, Oxígeno y CO ₂	Crece al aire libre para maximizar su tamaño y rendimiento
	Posee CBD que reduce los efectos psicoactivos del THC
Cultivo regularizado en Uruguay	Cultivo regularizado en Uruguay
	No requiere de pesticidas ni herbicidas

Fig. 5. Diferencias morfológicas entre especies, recuperado de la TFG de Agustina Díaz, Cáñamo Industrial: Detrás de lo que vemos, lo que desconocemos, 2019, p.32

Fig. 6. Comparación entre Marihuana y Cáñamo Industrial, recuperado de la TFG de Agustina Díaz, Cáñamo Industrial: Detrás de lo que vemos, lo que desconocemos, 2019, p.34

La planta del cáñamo, tiene un ciclo de crecimiento relativamente corto (120 días) y requiere moderadas cantidades de agua y fertilizantes. Una sola de estas plantas produce 220 por ciento más fibra que una de algodón. A diferencia de este último, el cáñamo necesita muy poca agua para su crecimiento, es uno de los cultivos más económicos y productivos que se conocen y se puede cultivar en una gran variedad de terrenos y climas. Es naturalmente resistente a las plagas, sus raíces protegen el suelo de la erosión y las toxinas. Consumen cuatro veces más dióxido de carbono que los árboles.

Se considera una fibra sostenible por poseer características físicas y químicas que permiten incorporar el cáñamo a procesos textiles convencionales (durabilidad, confort, atractivo estético). Al ser una fibra 100% de origen vegetal, es biodegradable y puede, una vez cumplido su ciclo de vida volver a formar parte del ecosistema. Por otro lado, sus características favorables en torno a la moderada cantidad de agua necesaria para su crecimiento, su resistencia a las plagas y su capacidad de protección a la erosión del suelo, hacen que esta fibra genere un impacto ambiental menor al medio ambiente en comparación con otras fibras textiles vegetales como el algodón.

LAHT (Latin American Hemp Trading) considera al cáñamo como la nueva soja ecológica, es orgánico y posee propiedades nutritivas. Éste produce menos proteínas pero de mejor calidad y es resistente a la radiación UV-B (que es un tipo de luz solar bloqueada por la capa de ozono).

Las fibras de cáñamo son una de las más largas entre las de origen natural. Son fuertes, absorbentes, resistentes al moho y aislantes. El tejido de cáñamo se crea a partir de las largas hebras que componen el tallo de la planta, las fibras se extraen de la corteza mediante un proceso conocido como enriamiento² y luego se hilan para crear un hilo continuo que puede tejerse en un textil. Las plantas se dejan en reposo en el campo durante 4-6 semanas, lo que permite al medio ambiente eliminar la pectina de forma natural. A continuación, los tallos de cáñamo

se empacan como el heno y la parte exterior fibrosa se separa del núcleo leñoso. Luego, las fibras se lavan y se cardan en hebras. Los fabricantes pueden entonces utilizar la explosión de vapor para convertir el cáñamo crudo en un hilo tejido. El cáñamo está listo para ser hilado y tejido en textiles después de la explosión de vapor.

La textura de la fibra de cáñamo pura es comparable a la del lino. También puede combinarse con otras fibras naturales para producir prendas que tengan la resistencia del cáñamo pero la suavidad del algodón o el bambú.

Es una fibra menos propensa a la decoloración y en lo que respecta a su capacidad para ser teñida, la fibra permite un buen agarre de los tintes. Da la posibilidad de hacer prendas de todas las calidades, desde muy rústica hasta muy fina .



Fig. 7. Comparación entre planta de cáñamo (izquierda) y plantío de cannabis (derecha) [Fotografía por qaswer, Hempaholic (<https://hempaholic.net/hemp-vs-marijuana-are-hemp-and-marijuana-the-same/>)]

² El enriado es la operación que se practica para extraer las fibras de los tallos de las plantas textiles, principalmente del Lino y del Cáñamo, para que , convenientemente preparadas , puedan servir como materia primera para la fabricación de tejidos finos y bastos para la de hilos , cuerdas y otros productos . El rocío y generalmente el agua fría o caliente, estancada o corriente , y también el vapor y procedimientos químicos, son los medios empleados para obtener la separación de las fibras que por medio de operaciones sucesivas llamadas agramado, espaciado y peinado, se ponen en condiciones de ser aprovechadas por la industria (Enciclopedia Universal Ilustrada, 1934, definición 1).

Cáñamo en Uruguay

Desde la modificación de la Ley 19.172 (Legalización y regularización del Cannabis y sus derivados) a través del decreto 372/014 de 16 de diciembre de 2014, Uruguay es pionero en América Latina en generar una economía en cáñamo, asociada de forma directa con la tendencia hacia estilos de vida sostenibles anteriormente mencionada debido a sus usos medicinales y sus beneficios medioambientales.

El responsable ante cada solicitud presentada para el desarrollo del cultivo es el Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca (MGAP), Instituto de Regulación y Control del Cannabis (IRCCA), Instituto Nacional de Semillas (INASE), Dirección General de Servicios Agrícolas (DGSA-MGAP) y también está involucrado el Ministerio de Salud Pública (MSP). El requisito fundamental para regular el cultivo radica en que el contenido de THC de las plantas debe ser menor al 1%.

En la actualidad, 1150 hectáreas son destinadas a la producción de cáñamo en Uruguay. Para Marzo del 2020, fueron otorgadas 42 licencias para producción de cáñamo (Pintos, 2022); la licencia destinada al cultivo textil es llevada a cabo por la empresa Ecofibre Uruguay S.A que exporta su materia prima al exterior ya que en nuestro país no existen fábricas que se dediquen a transformar el tallo en fibra para ser hilada. Desde el año 2020, Megatex incursiona en la manufactura de textiles a partir de fibras de Cáñamo Industrial importadas, así como también otras fibras de origen natural como algodón orgánico, bambú y lana, adaptando su modelo de negocio y producción a las tendencias y el aumento de la demanda de este tipo de textiles con el objetivo de establecerse en el mercado local y la exportación.

Capítulo 03

Megatex: pioneros en textiles de cáñamo en Uruguay.

Con el fin de comenzar a caracterizar los beneficios y desarrollo del textil de cáñamo producido en nuestro país, se realizó una visita a Megatex, ubicada en el Polo Tecnológico Industrial del Cerro, Haití 1500. Durante el recorrido por la fábrica, guiado por Diego Longo, propietario de la empresa, fue posible visualizar cada parte del proceso industrial del textil de cáñamo así como también de otros textiles de origen natural que se hilan allí además de recabar información en torno al diagnóstico del textil de cáñamo en nuestro país.

Contenido

- 3.1 Megatex
- 3.2 Muestrario textil
- 3.3 Costos de producción
- 3.4 Desafíos
- 3.5 Microemprendimientos y Megatex
- 3.6 Ubicación de los microemprendimientos dentro del territorio nacional y generalidades

Megatex

Si bien Megatex se establece en el Uruguay a finales de los años ochenta, no fue hasta finales del año 2019 y comienzo del 2020 que la empresa decide incursionar en el rubro de los textiles de origen natural y expandir su catálogo de textiles al comenzar a hilar y comercializar tejidos circulares de origen natural y orgánico de bambú, cáñamo y algodón; en el último tiempo, se suman textiles de hilados de poliéster, lino, denim y algodón reciclado así como también pruebas de textiles de tejido plano con hilados de origen natural.

Lo que llevó a tomar la decisión de incursionar en la manufactura y comercialización de textiles de origen natural como el cáñamo surgió de

...ver que en el mundo era lo que andaba.. todo iba encaminado a lo sustentable y orgánico y, bueno... para poder seguir trabajando tuvimos que importar esos hilados. La decisión la marcó el mercado y las diseñadoras que nos arrancaron a exigir telas de este tipo (Longo, 2023).

Como medio para generar competitividad en el mercado regional y vía de subsistencia de la fábrica fue indispensable tomar la decisión de virar el rumbo hacia el tejido de textiles de origen natural.

Volcarse al tejido orgánico, incorporar nuevas técnicas como el ecoprint, sumar telas como cáñamo y bambú son los salvavidas que Megatex encontró para seguir a flote en un rubro que no las tiene fácil (Pintos, 2022).

Si bien el foco de la producción, según Longo, es la exportación, existe un crecimiento cada vez mayor de la demanda de textiles naturales por parte de los emprendimientos de diseño textil uruguayo que siguen tendencias hacia una moda sustentable y de brindar experiencias afines a un estilo de vida saludable y sostenible.

En términos de demanda local de los textiles sustentables/orgánicos que Megatex produce, el mayor consumo son los textiles de lana merino de 21 micras y el cáñamo. Seguidos por los textiles de bambú, lino y otras fibras (Longo, entrevista personal, 26 de Junio de 2023).

Si bien Megatex ofrece una gran variedad de textiles de origen natural, centraremos el foco de la investigación (a partir de la entrevista realizada a Diego Longo y la conversación con otros funcionarios de la fábrica durante el recorrido por las instalaciones) en el textil de cáñamo.



Fig. 8. Tejedora circular industrial dentro de las instalaciones de Megatex. [Fotografía] por Marcia Corbo, 2023

El hecho de existir un marco regulatorio en torno a la producción de Cáñamo industrial en nuestro país no incentivó la decisión de optar por producir textil de cáñamo. Fue debido a la demanda por parte de estudiantes de diseño textil y diseñadoras de moda emergentes que visualizaron en el textil de cáñamo un gran valor, potencial de creación y comercial. Al ser la única fábrica de tejido circular y producción de textil nacional, dieron comienzo a la producción y comercialización de textil de cáñamo de tipo circular.

(Longo, entrevista personal, 26 de Junio de 2023).



Fig. 9. Textil de cáñamo siendo tejido (detrás). Cono de hilado de cáñamo (delante a la derecha). [Fotografía] por Marcia Corbo, 2023.



Fig. 10. Hilado de cáñamo [Fotografía] por Marcia Corbo, 2023.

La experiencia de uso en el taller de la fábrica como también el *feedback* (expresión referente a comentarios; impresiones; opiniones en español) de los emprendedores que han trabajado con el textil resaltan su versatilidad, abriendo la carta de oportunidades de uso del textil de cáñamo, evidenciando la superioridad de este textil en comparación con otros de mayor convencionalidad como el algodón; ‘‘el footer de cáñamo que tenemos, vos te haces un conjunto deportivo con eso y es lo más abrigado que vas a tener, te lo aseguro’’ (Natalia, entrevista personal, 26 de Junio de 2023)

Megatex se dedica principalmente al tejido de textiles de tipo circular (formado por un solo hilo que va formando bucles que se entrelazan consigo mismo para dar lugar a un tejido construido por mallas. Las mallas pueden alargarse o ensancharse con lo que se consigue una de las características más importante de los tejidos de punto, la elasticidad), aunque están comenzando a incursionar en el tejido plano [(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)]. Esto quiere decir que la materia prima llega en forma de hilado para ser tejida en la fábrica, realizando diferentes combinaciones y proporciones de hilados según la necesidad del cliente y la demanda local. Los conos de hilo de cáñamo reciclado provienen de España, mientras que el cáñamo convencional es de procedencia China; no se utilizan hilados de cáñamo resultantes de la producción de cáñamo industrial en nuestro país. ‘‘De acá es imposible’’, plantea Longo al consultarle acerca de este tema; el principal factor remite en que hasta la fecha, no existe en nuestro país una fábrica que procese los tallos del cáñamo para convertirlo en hilado, materia prima que utiliza Megatex para producir el textil. No es necesario ningún tipo de maquinaria de hilandería específica para producir textiles de/con cáñamo.

... si el hilado viene bien, es más fácil porque se teje sin problema, se puede descruar y no tienes teñido salvo los artesanales y naturales. No se hacen teñidos químicos con cáña-

mo y entonces es hasta más fácil. Porque después el que la compra y la consume la transforma como quiera y necesite (Longo, entrevista personal, 26 de Junio de 2023).

Los conos se traen crudos (en su color natural, sin intervención de teñido) y son hilados de esta forma o se combinan con hilados ya teñidos para generar algún estampado en particular (ej: footer de cáñamo y algodón orgánico a rayas). Megatex apuesta por el teñido orgánico y sustentable a través del teñido con pigmentos naturales y el eco-print, generando un producto final que atienda en cada sector productivo a los estándares de sustentabilidad. Los conos de cáñamo se cargan en las máquinas tejedoras; se carga en su totalidad con conos de hilado de cáñamo así como también se combina con bambú, algodón y algodón orgánico.



Fig. 11. Vestido a la rodilla con leve evasé, escote en V y mangas 3/4 confeccionado con el textil Falso Morley de cáñamo y bambú sin teñir, confeccionado en las instalaciones de Megatex.
[Fotografía] por Marcia Corbo, 2023

Los textiles de/con cáñamo que Megatex ofrece son los siguientes:

- Footer
- Footer con eco-print
- Footer de cáñamo y algodón orgánico
- Footer de cáñamo y lana orgánica
- Footer de bambú, cáñamo y algodón
- Jacquard de cáñamo y algodón crudo (tejido plano)
- Jacquard de cáñamo y algodón (tejido plano)
- Morley (8x4) de cáñamo y bambú
- Interlock rayado
- Interlock de cáñamo y algodón
- Morley 2x1 de cáñamo y bambú
- Morley 2x1 de cáñamo y bambú con eco-print
- Ribb de algodón con cáñamo y lycra
- Ribb de lino con cáñamo
- Shenille

Costos de producción

En cuanto a costos productivos, este textil cuesta el doble en relación al algodón u otros textiles. Para abaratar costos y lograr generar precios más accesibles para el público, Megatex regula el porcentaje de cáñamo en los textiles, cargando la máquina hiladora con mayor carga de otros hilados (ejemplo: algodón orgánico). Sin embargo, en comparación con otros textiles dentro del catálogo de Megatex y textiles disponibles en plaza, los textiles de cáñamo presentan un precio más elevado, limitando su acceso.

No llegamos a los precios que necesitamos llegar pero es una fibra cara. No todas las personas pueden acceder a la tela de cáñamo porque es una tela cara de producir, los hilados son caros pero si que hay cada vez más demanda y es una tendencia que crece (Longo, entrevista personal, 26 de Junio de 2023)

Desafíos

Según el informe Cáñamo en Uruguay publicado por el Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca en el año 2020, uno de los principales desafíos para el Cáñamo Industrial a nivel comercial es el establecimiento y consolidación de las cadenas agroindustriales (MGAP, p.24, 2023). Al preguntarle a Longo sobre su opinión en sí se ha avanzado hacía ese objetivo dentro de la industria textil nacional, respondió: “No, yo sigo igual y acá no hay ningún movimiento... por falta de publicidad y es muy cara la publicidad” (Longo, entrevista personal, 26 de Junio de 2023)

Longo expresa que “estamos solos en esto” (Longo,2023), declara que no ha habido un apoyo a nivel estatal que fomente el desarrollo, consumo y educación a la población de los textiles producidos en nuestro país, dificultando así la apertura de mercados y canales de comercialización, otro de los desafíos enlistados en el informe del MGAP del año 2020.

Para poder pensar en hilar el cáñamo que crece en el Uruguay y de esta forma consolidar una

cadena productiva desde la planta hasta el textil de industria nacional, se necesita una fábrica que procesa las fibras para poder hilarlas.

La inexistencia de canales de promoción de un antecedente como lo es Megatex, única fábrica de tejidos circular en nuestro país que está manufacturando hilados de cáñamo desde el año 2020 (atendiendo al desafío “Investigación y desarrollo de productos” planteado en el informe del MGAP del mismo año) dentro de un polo industrial con una amplia relación con un ente autónomo estatal como lo es la Universidad de la República dificulta la posibilidad de consolidación, expansión, competitividad y subsistencia de este fenómeno.

Lo que es difusión y la educación a nivel estatal depende muchísimo quien esté arriba; no hay un apoyo que permita dar a conocer lo maravilloso de las telas que trabajamos y sobre todo el cáñamo que es, de verdad, una de las mejores telas que hay (Natalia, entrevista personal, 26 de Junio de 2023).

Longo plantea que la promoción a través de ferias textiles y de diseño son una gran vía de dar a conocer el textil de cáñamo producido en nuestro país tanto a nivel regional como internacional; la participación de Megatex en la última feria Universo Mola 2023, feria de diseño textil sostenible latinoamericano, aportó a la presentación en mercados regionales. Expusieron por un lado, muestrarios de sus textiles de origen natural y orgánico (entre ellos el textil de cáñamo); por otro, indumentaria femenina y de niños utilizando su materia prima. Sin embargo, “todavía no está con la fuerza que tiene que estar” (Longo, entrevista personal, 26 de Junio de 2023).

Al consultarle al entrevistado acerca de su proyección del textil de cáñamo en nuestro país, respondió:

Seguir tejiendo cada vez más y todas las marcas tejiendo cáñamo, eso sería lo ideal. En diferentes tejidos estar todos los días. Está en tus manos que hagas la publicidad (Longo, entrevista personal, 26 de Junio de 2023).

Microemprendimientos y Megatex

Megatex no cuenta con una base de datos de los microemprendimientos de diseño textil nacionales que utilicen los textiles de/con cáñamo que manufactura; en conjunto con Diego Longo a partir de la revisión de documentación, se enlistan y categorizar dichos emprendimientos según región, ubicados dentro de dos mapas del territorio nacional y localidad, así como también el sector al que éstos se desempeñan dentro del diseño textil nacional.

Longo plantea que el 100% de los negocios y/o emprendimientos que trabajan con los textiles de cáñamo de Megatex son de diseñadores emergentes, de tipo microemprendimientos. (Longo, entrevista personal, 26 de Junio de 2023)

Se denomina microemprendimiento a la actividad económica de poca inversión llevada a cabo por uno o varios emprendedores que a su vez son socios, dueños y/o administradores.

Son pequeños negocios que normalmente no cuentan con empleados y que cuyo servicio se basa en los conocimientos u oficios de los miembros (Nombela, 2018).

Marcas de mayor alcance de diseño textil nacional no optan por trabajar con textiles de cáñamo producido en nuestro país. En contraste, se puede visualizar el uso de textiles de cáñamo en marcas de renombre europeo como Diesel que incluyó textil de algodón y cáñamo en su línea de denim *ready to wear*.



Fig. 12-13. Denim de algodón y cáñamo de la colección RTW de Diesel. [Fotografía] por Diesel (<https://global.diesel.com/straight/straight%20jeans%201956%20d-tulip%20007a7/A06074007A7.html>)

Ubicación de los micro emprendimientos dentro del territorio nacional y generalidades

Ubicando a los microemprendedores por región, el 41,2% se ubican en la región sur del territorio; el 35,3% de los microemprendimientos se encuentran en la región este del país. El 23% restante se encuentran ubicados dentro de las regiones suroeste y noroeste del territorio nacional.

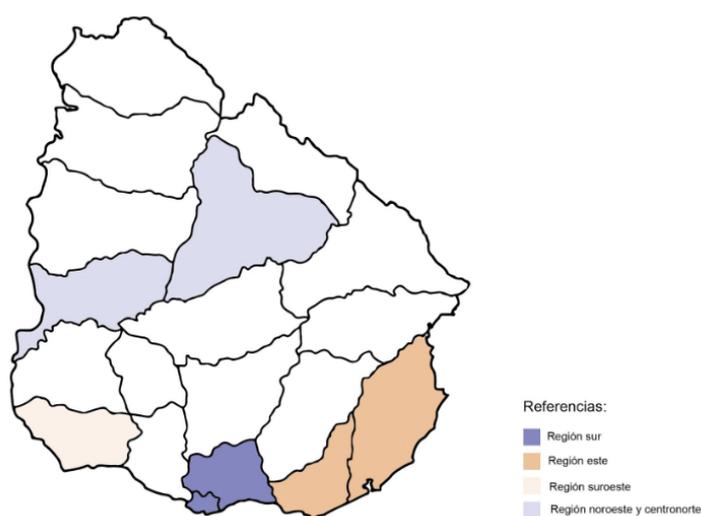


Fig. 14. Mapa de ubicación de los emprendimientos según región.

En cuanto a localidades, en la región sur y este del país, los microemprendimientos están presentes en Montevideo, Ciudad de la Costa en el departamento de Canelones; Maldonado, Punta del Este, La Barra y José Ignacio, en el departamento de Maldonado.

En la región suroeste, se encuentran en las localidades de Colonia del Sacramento en el departamento de Colonia y San José de Mayo en el departamento de San José. Por último, en la zona noroeste y centro norte del país, los microemprendimientos se ubican en Paysandú en el departamento de Paysandú y Paso de los toros en el departamento de Tacuarembó.

Esta información es congruente, por un lado, con el Indicador de Desarrollo Económico Departamental desarrollado por el Instituto de Economía de la Facultad de Ciencias Económicas y Administración de la UdelaR del año 2017:

En general, el sur del país muestra mejores resultados en el indicador de desarrollo económico, en un eje que va de este a oeste, mostrando también buenos desempeños en el litoral oeste sobre la frontera con Argentina. Esto refleja una suerte de “L” que marca mejores indicadores de desarrollo económico desde el eje este a oeste en el sur y continuando por el litoral oeste (Rodríguez Miranda, A. et al. , 2017, p.28).

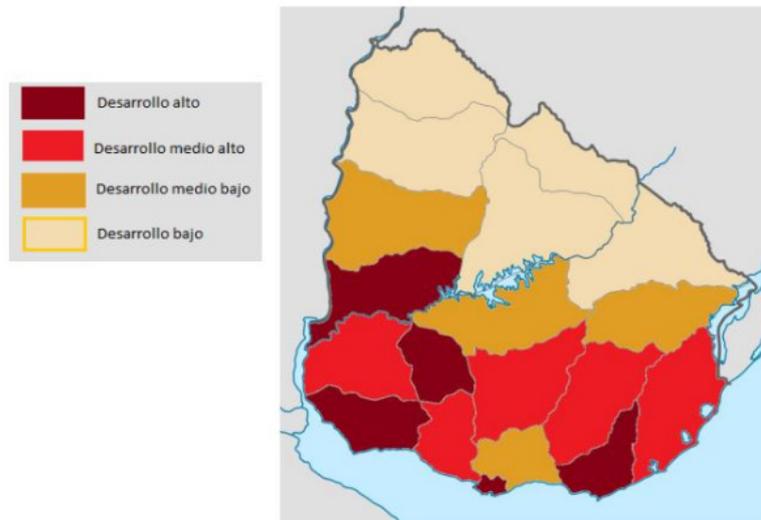


Fig. 15. Mapa de Uruguay según el indicador de desarrollo económico departamental (Rodríguez Miranda, A et al. ,2017 p.28)

A su vez, los departamentos situados sobre las regiones previamente mencionadas son los de mayor desarrollo empresarial a nivel nacional, siendo Maldonado, Montevideo, Colonia y Rocha los de mayor número de empresas (entre 57 y 68) cada 1000 habitantes (Rodríguez Miranda, A. et al., 2017); los microemprendimientos que trabajan con los textiles de/con cáñamo de Megatex se ubican dentro de zonas geográficas de mayor viabilidad para adquirir dichos textiles, manufacturar y vender productos a costos que resulten rentables para el emprendedor, dado que el costo por metro de los textiles de/con cáñamo ofrecidos por Megatex es de aproximadamente el doble a los textiles convencionales disponibles en el mercado local (Longo, entrevista personal, 26 de Junio de 2023).

En cuanto al sector dentro del diseño textil nacional que los microemprendimientos se enmarcan, el 88,2% se ubica dentro del sector indumentaria y accesorios textiles, el 5,9% im-

parten talleres de teñido natural y estampado botánico para producción de productos textiles; utilizan el textil de cáñamo como insumo para los encuentros. El resto de los microemprendedores se ubican dentro del sector de pañales reutilizables/ecológicos.

La capacidad de teñido del textil de cáñamo es muy buena gracias a la capacidad de absorción de agua, logrando un buen agarre de los tintes así como también una mayor durabilidad de éstos a lo largo del tiempo y poca tendencia a la decoloración; es esperable que la utilización de este textil se enmarque dentro de microemprendedores que utilicen técnicas de teñido natural o estampado botánico en colecciones de indumentaria y/o de accesorios así como también en aquellos que impartan cursos de capacitación en estas técnicas.

Al mezclar la fibra del cáñamo con algodón se pueden elaborar pañales de tela, considerando que tiene mayor capacidad de absorción, propiedades antibacterianas y antimicrobianas (Muriel et al., 2023). Los microemprendimientos de diseño textil nacional dentro del sector pañales sustentables pueden adquirir los insumos textiles necesarios en el mercado local, facilitando la cadena productiva de los productos que comercializan. Asimismo, se está trabajando con un microemprendimiento de toallitas menstruales ecológicas en Megatex para probar la viabilidad de ese tipo de prendas con textiles de cáñamo utilizados en los pañales ecológicos (Natalia, entrevista personal, 26 de Junio de 2023).

Capítulo 04

Caracterización de los microemprendimientos

Para realizar un diagnóstico y análisis de los emprendimientos recabados, fue posible realizar entrevistas concretas a tres de los emprendimientos de diseño textil nacional que utilizan el textil de/con cáñamo producido en nuestro país del sector indumentaria: Alterna, Gimena Damiano y Selva Juana. Las preguntas constaban de temáticas que iban desde una breve descripción del emprendimiento, infraestructura operacional, recursos y red de aliados, productos y servicios ofrecidos, segmentación de clientes, propuesta de valor, aspectos financieros del negocio hasta los principales flujos de información, productos servicios y dinero. Asimismo, se preguntó acerca del uso de estrategias de marketing y herramientas de promoción relacionadas al cáñamo textil así como también la perspectiva de cada emprendedor acerca de los beneficios de apostar y utilizar el textil de cáñamo en sus emprendimientos, su potencial como vía de desarrollo de microemprendimientos nacionales de diseño textil y la proyección a futuro del cáñamo textil en nuestro país.

Contenido

- 4.1 Microemprendimientos entrevistados
- 4.2 Características generales
- 4.3 Público objetivo
- 4.4 La decisión de implementar textil de/con cáñamo
- 4.5 Herramientas y estrategias de promoción/marketing
- 4.6 Niveles de producción
- 4.7 Tipologías de prendas y viabilidad económica del uso del textil
- 4.8 Demanda en el mercado local

Microemprendimientos entrevistados

Alterna

Emprendimiento de indumentaria slowfashion, establecida en 2021 que comunica bajo su propuesta valores de: sustentabilidad, impulsar la industria nacional utilizando textiles de origen natural producidos en nuestro país, concientizar sobre un consumo ético y sostenible y la transparencia en los procesos de producción de las prendas. Sus principales valores son el bienestar, la diversidad y la prosperidad, tanto social como medioambiental. Sus tipología de prendas no se enmarcan en ningún género, no siguen tendencias, son versátiles y pretenden, gracias a la calidad de los textiles y la confección, ser duraderas a lo largo del tiempo (Gonzalez, 2022)

Gimena Damiano

Luego de trabajar un tiempo en distintas empresas, diseñando colecciones y controlando producción con fábricas de indumentaria en Oriente, sentí la necesidad de investigar nuevas formas creativas de hacer vestimenta, desde un pensar y hacer más respetuoso con nuestro entorno, con nosotros mismos. Sabía que iban a ser otros los ritmos de producción (mucho más lentos), sin embargo quise revalorizar los recursos materiales y humanos que tenemos en Uruguay. Así que en esta búsqueda de querer meter más mano, más sentimiento y menos pensamiento, fue que empecé a indagar en el estampado botánico y teñido natural, destacando así técnicas ancestrales.

Un proceso a puro ensayo y error, desde 2018, aprendiendo de los más experientes, asistiendo a talleres en Uruguay y Argentina, prestando más atención a los ciclos de la naturaleza. Cada elemento natural tintóreo (hojas, tallos, corteza, frutos y flores) es recolectado en zonas cercanas donde se lleva a cabo la producción, entre los departamentos de Canelones (zona rural) y Montevideo, en Uruguay. Las piezas que conforman cada prenda, una a una, están

coloreadas y/o estampadas de forma artesanal y natural, sin agregado de químicos ni sustancias tóxicas.

Trabajamos en conjunto con modistas/maquinistas, quienes se encargan de ensamblar cada prenda y sus ideas y sugerencias son parte fundamental a la hora de diseñar un nuevo modelo. En cuanto a los tejidos, el principal proveedor es una empresa uruguaya. Cuentan con su propia fábrica en donde tejen y producen una línea de tejidos orgánicos, en el departamento de Montevideo.

Producimos colecciones pequeñas, incorporando no más de dos o tres modelos nuevos, año a año, dándole continuidad y vigencia a esos modelos atemporales clásicos. Muchas veces produciendo a medida y personalizado con el distintivo del estampado botánico y teñido natural, haciendo que cada pieza sea única y perdurable en el tiempo (Damiano, 2023).

Selva Juana

Emprendimiento de indumentaria que se define como

...una marca armónica: hacemos prendas pensadas para quedar en el tiempo porque están hechas con materiales de larga vida útil. Y también la llamo vanguardista porque tiene un diseño diferente, original, propio de la marca... a la vez es una marca delicada y versátil, porque cada prenda se puede usar para distintas ocasiones. Los vestidos tejidos están pensados para realzar la figura y se adaptan a distintos talles. Una prenda que puede ser usada para la playa, cambiando los accesorios se puede transformar en un vestido para la noche, y con una sobrecamisa crea un look informal y diurno. Eso también la convierte en una compra inteligente... Selva Juana tiene una colección amplia pero se destaca por los vestidos, faldas y conjuntos de punto, tejidos de manera artesanal con materiales nobles. Son prendas que definen el diferencial de la marca y le dan una impronta especial en el mercado uruguayo (Broglia, 2021)

Características generales

Si bien el año de iniciación de cada emprendimiento varía entre 2014 y principios de 2021, un 29% de los emprendimientos fueron gestados a fines del año 2020 y lanzados ese mismo año o a comienzos del 2021. Resultado del fenómeno ocurrido en el año 2020 donde debido a la crisis económica y la emergencia sanitaria del COVID-19 se generó un aumento en la demanda de propuestas de emprendedores a nivel nacional.

“Algunos van a ser emprendimientos de corte dinámico, pero muchos van a ser emprendimientos por necesidad, porque el mercado laboral no está respondiendo de la mejor manera”, explicó Amalia Quirici, gerente de Emprendimientos de la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE) [(Quirici, A., entrevista personal para el diario El País, 10 de Abril de 2021)].

A su vez, Enrique Topolansky, director del Centro de Innovación y Emprendimientos de la Universidad ORT (CIE-ORT) agregó que el área del cannabis/cáñamo, fue vista como una oportunidad de negocio y crecimiento de los emprendimientos que se lanzaron durante ese período (Topolansky, A., entrevista personal a el diario El País, 10 de Abril de 2021).

En su totalidad, los emprendimientos fueron creados y comenzados por mujeres uruguayas de las cuales dos de tres (Alterna y Gimena Daminano) tienen formación académica terciaria en torno al diseño de indumentaria; Bachiller Tecnológico en Indumentaria Textil de la Dirección General de Técnico Profesional (UTU), Licenciatura en Diseño Industrial Perfil: Textil Indumentaria de la Universidad de la República (UDELAR) y Licenciatura en Diseño de Modas de la Universidad ORT. El emprendimiento restante se formó en cursos particulares de corte y confección y Cursos Formativos Laborales impartidos por la Intendencia Departamental de Maldonado.

Dos de tres se desempeñan de forma individual en sus emprendimientos aunque reciben ayuda de forma parcial de sus parejas mientras que el resto llevan el emprendimiento en su totalidad en pareja; son equipos de trabajo conformados por no más de dos personas.

Todo lo relacionado al diseño, desarrollo de moldiería y colección es llevado a cabo por las entrevistadas de forma personal mientras que las tareas que enmarcan la etapa de confección, audiovisuales, comunicación de marca, marketing y redes sociales, contabilidad y tareas administrativas varían según cada caso.

Ninguna de las emprendedoras pudo delimitar un horario fijo de trabajo hacia éstos. Definen sus horas laborales a partir de temporadas que varía según la etapa de creación de las colecciones en la que se encuentren. Relatan que la etapa de trabajo más exhaustivo es la de creación de la colección, diseño, moldiería (etapas de la cadena productiva que la totalidad de los emprendimientos se encargan de forma individual) y confección ya que dos de cada tres emprendimientos tercerizan la etapa de confección de las prendas en talleres del interior del país y zona metropolitana. ‘... digamos que sería algo así como por temporadas. Si existe un trabajo de estar atento, generar contenido, la atención al público, y demás cosas’ (Gonzalez, L., entrevista personal, 16 de noviembre de 2023).

Tanto Gimena Damiano como Selva Juana son la fuente de ingreso principal de las emprendedoras mientras que en el caso de Alterna, es su fuente de ingreso secundaria. Solo uno de los emprendimientos describe que su negocio está registrado en la Dirección General Impositiva (DGI) como una pequeña empresa; no es posible determinar si el resto de los emprendimientos son de tipo informal o están registrados en el DGI.

Todos los emprendimientos de diseño textil nacional que utilizan textil de cáñamo se enmarcan dentro de marcas de tipo *slowfashion* (Moda lenta traducido al español): se caracterizan por utilizar materiales sostenibles, ecológicos o reciclados. En su producción se tienen en cuenta las condiciones laborales de los trabajadores, un sueldo justo, a ser posible que sean de elaboración local, favoreciendo así la economía circular y el comercio justo.

Publico Objetivo

Si bien cada emprendimiento maneja públicos objetivos definidos (compartidos a continuación), estos comparten ciertas características en común:

- Mujeres y Hombres uruguayos de entre 25 y 45 años, de clase media alta a alta, de la región sur y sureste del país (particularmente en Montevideo, zona metropolitana y localidades del este del país), buscan calidad y diseño de industria nacional y demandan de las marcas que consumen transparencia en los procesos, manejando un grado de conocimiento acerca de los beneficios medioambientales y personales de uso de tejidos de origen natural, tejidos con certificación orgánica y sostenibles.

Buscan propuestas que sean versátiles para varias ocasiones pero que mantengan elementos que se encuentren dentro de las tendencias actuales.

- Mujeres uruguayas de entre 45 a 60 años, de clase media alta a alta, repartidas en todo el territorio nacional, buscan calidad y diseños en tendencia. Conocen y consumen indumentaria intervenida con teñido natural y estampado ecoprint, atribuyéndole un valor agregado a ese tipo de prendas.
- Hombres y Mujeres extranjeros de entre 25 y 45 años, de clase alta, presentes en el sur y sureste del país, específicamente en la temporada de verano. Informados acerca del movimiento de la moda lenta a nivel global, buscan adquirir prendas de marcas que se engloban dentro de esta filosofía. Conocen los beneficios del uso de textiles naturales.

La decisión de implementar el textil de/con cáñamo en sus microemprendimientos

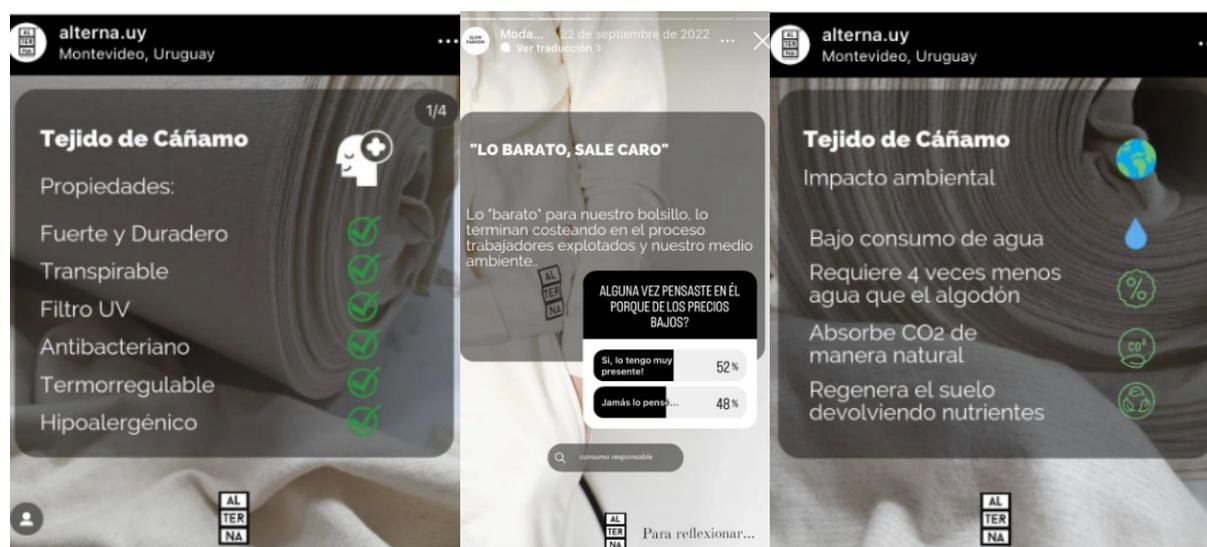
Ser marcas de *slowfashion*, sumado a usar técnicas de transformación textil (eco-print y teñido natural) que requieren como materia prima los textiles de origen natural llevó a la necesidad por buscar y adquirir telas que respondan a estas necesidades y que se encuentren disponibles dentro del mercado local. La decisión de optar por el textil de cáñamo radicó en las propiedades, cualidades y beneficios medioambientales que su producción genera.

Los emprendimientos entrevistados relatan haber conocido el textil de cáñamo a fines de 2021 cuando en la búsqueda por textiles de origen natural, producción nacional y certificación orgánica, se toparon con Megatex y el textil de cáñamo. Hasta esa fecha, los emprendimientos no habían tenido contacto con el textil y relatan haberlo desconocido anteriormente debido a su inexistencia en plaza. A excepción de los emprendimientos Hempa y Cañamama, el resto de los emprendimientos utilizan otros textiles de origen natural en su repertorio de prendas. Algodón y algodón orgánico, bambú, lino y lana merino son los textiles que los micro emprendimientos utilizan además del cáñamo textil. Si bien el principal proveedor de textil de cáñamo de estos emprendimientos es Megatex, existe, según el relato de uno de los emprendimientos, un stock intermitente del textil de cáñamo la fábrica, lo que resulta en faltantes de dicha materia prima, culminando en la ...” búsqueda de nuevos proveedores, también explorando otras fibras naturales y hasta estudiando la probabilidad de traerlo de afuera” (Gonzalez, L., entrevista personal, 16 de noviembre de 2023).

Sin embargo, todos los emprendimientos ven a apostar por el textil de cáñamo como una oportunidad de expansión y vía de transición de consumo responsable y sustentable, de la mano con sus filosofías de marcas de moda lenta.

Herramientas y estrategias de marketing/promoción

Al consultarles a las entrevistadas acerca de si creen que existen herramientas y/o estrategias de marketing relacionadas al uso de textil de cáñamo en las prendas que ofrecen sus emprendimientos, las respuestas variaron. Todos los micro emprendedores se posicionan dentro de la moda lenta y con una marcada propuesta de valor de ser marcas que atentan en contra del modelo de consumo de indumentaria de tipo fast fashion. Ofrecen prendas de industria nacional con acabados de alta calidad y un servicio personalizado y brindado por las dueñas de cada emprendimiento. Se hace énfasis en personificar al emprendimiento, creando acciones de promoción de tipo visual y audiovisual que comunican la transparencia en los procesos productivos al mostrar el detrás de escena de cada marca e instancias de intercambio con el público objetivo para hacerlo formar parte del proceso creativo del emprendimiento.



El público objetivo de este tipo de emprendimientos tiene un fuerte interés por conocer dónde vienen los productos que consumen, quién lo hace y cómo se hacen así como también conocer el impacto ambiental.

Presentan como canales de venta principales a los de tipo digital: redes sociales como

Fig. 16. Imágen izquierda: interacción vía Instagram (principal canal de ventas del emprendimiento) con seguidores del emprendimiento alterna con el fin de concientizar acerca de la industria del fast fashion. Imágenes derecha: Infografías vía Instagram (principal canal de ventas del emprendimiento) diseñadas por Alterna, se presentan los beneficios de utilizar textil de cáñamo en indumentaria

Instagram, Tik Tok y Facebook y venta en página web. A su vez, dos de tres de estos emprendimientos se encuentran presentes en tiendas físicas de indumentaria tipo multimarca en Montevideo y Salto durante todo el año y en el este del país, específicamente en Punta del Este, La Pedrera y Aguas Dulces durante la temporada de verano (Diciembre a Marzo); han participado en la feria de moda sustentable realizada en el este del país, Mola Fashion Week. A su vez, los emprendedores que generan colecciones con textil de cáñamo (ej: Alterna) participan en la *Expo Cannabis*, plataforma de información sobre cannabis y cáñamo más importante de la industria en América Latina.



Fig. 17. Selva Juana: collage de fotografías vía Instagram participando del movimiento #fashionrevolution. Se presentan etapas de confección de indumentaria de la marca, humanizando el proceso de producción.



Fig. 18. Gimena Damiano: fotografía vía Instagram posando con insumos tintóreos utilizados en la transformación textil de las prendas que confecciona.

Niveles de producción

Si bien el hecho de producir prendas a demanda atiende a la problemática de disminuir la posibilidad de generar *deadstock* (stock muerto en inglés), término utilizado para referirse a los materiales y/o prendas sobrantes de producciones anteriores o existencias no vendidas de fábricas textiles y fabricantes de ropa. Estos se desperdician y acaban en vertederos o incinerados. Optan por manejar niveles de stock pequeños, realizando cada diseño en cantidades reducidas y en algunos casos de forma casi exclusiva. Más de una emprendedora explica que la decisión de cuánto stock generar por prenda resuelve durante la práctica y la experiencia; las tipologías de prendas que suelen venderse con mayor frecuencia son las que manejarán un mayor nivel de stock, no mantienen un número fijo de prendas por talle por modelo (Damiano, G., entrevista personal. 16 de noviembre de 2023). El hecho de que Megatex no mantenga su stock de textiles de forma permanente también influye en el stock de las prendas de los emprendimientos.

Tipologías de prenda y viabilidad económica del uso del textil

En cuanto a la tipología de prendas de los emprendimientos entrevistados, se encontraron propuestas variadas: se definieron por un lado, como emprendimientos con prendas que van desde lo casual y *unisex* (no se destinan a un género en particular sino a la necesidad de cada individuo en vestir y adaptar la prenda a su estilo personal), mientras que otros presentan tipologías de prendas definidas hacia un público femenino: entalles, colores y siluetas asociadas al cuerpo femenino y nociones de femineidad.

A pesar de esta variabilidad, se puede observar que las prendas en las cuales se utiliza el textil de cáñamo en cada caso presentan tipologías en común: molderías de baja complejidad, con poca o nula presencia de avíos, adaptables a más de una talla y tipología de cuerpo.

Esta observación se sostiene en que si bien los emprendimientos confirman la viabilidad económica de utilizar textil de cáñamo, su costo en plaza, es en media el doble en compara-

ción con otros textiles de similares características presentes en el mercado local: el precio por metro de un textil Morley 2x1 de Cábano y Bambú de 0.75mt de ancho es en media \$527 mientras que el metro de un textil de Morley de 1,50 mt de ancho es de \$398.

En consecuencia, para lograr la viabilidad económica de utilizar este textil y a su vez responder a las necesidades del público objetivo de cada emprendimiento, es necesario buscar vías de abaratar costos en la etapa de diseño, enfocado en generar modelos que se destacan por la elección del textil, los beneficios de utilizarlo y el acabado de la prenda.



Fig. 19. De izquierda a derecha: Fila 1, imagen izquierda: Camisa de cáñamo de Hempa. Fila 1, imagen derecha: Camisa de cáñamo de Alterna. Fila 2, imagen izquierda: Vestido de cáñamo intervenido con técnica de estampado ecoprint de Gimena Damiano. Fila 2, imagen derecha: Vestido de cáñamo con estampa localizada de Selva Juana. Fila 3, imagen izquierda: Buzo con capucha oversize de Hempa. Fila 3, imagen derecha: Buzo con capucha oversized con cierre intervenido en teñido natural de Gimena Damiano

Demanda en el mercado local

Al preguntarles si existe una demanda por indumentaria realizada con textil de cáñamo en el mercado local, respondieron que es muy escasa. Desde que han comenzado a utilizar dicho textil en el 2021, no se ha visto un crecimiento significativo en dicha demanda. Dentro de los clientes meta de los emprendimientos, son muy pocos los que conocen el textil de cáñamo, aún menor es la cantidad si se amplía el espectro por fuera de los límites de los públicos objetivos anteriormente mencionados.

Es un tema de desinformación en la cultura general...está muy estigmatizada la planta en sí y es muy difícil sacar ese estigma... El desafío a nivel local es lograr que la gente entienda cuál es el diferencial, porque está alejado del cannabis psicoactivo ... hay un desconocimiento de que existe otro tipo de planta dentro de la familia, que es el cáñamo y que brinda otra materia prima (Leticia, G., entrevista personal, 16 de Noviembre de 2023)

Durante sus presentaciones en la Expo Cannabis, plataforma de información y articulación sobre cannabis y cáñamo en el país que busca ampliar y desarrollar el acceso a la información sobre el cannabis y sus posibilidades sociales, medicinales, científicas e industriales (S.n, 2023), los focos de venta de la marca fueron desde el público extranjero y sostienen que en otras ferias de moda que se han presentado anteriormente queda en evidencia la desinformación y el estigma sobre la fibra debido a que se asocia al cannabis de consumo recreacional.

Los emprendimientos visualizan una paralización en la demanda de prendas de textil de cáñamo sumado al desconocimiento en general del textil asociado a un estancamiento en el desarrollo productivo de la industria del cáñamo en nuestro país desde su legalización y regularización en el año 2013. Las tecnologías disponibles en nuestro país para consolidar una cadena productiva eficiente que brinde garantías para que otros emprendimientos de indumentaria de diseño textil nacional así como marcas reconocidas a nivel nacional de mayor alcance puedan apostar al uso y difusión del textil son insuficientes.

Si bien Uruguay podría ser pionero con el cáñamo textil, al igual que en el caso de la lana, las proyecciones a futuro de las emprendedoras son desesperanzadores ya que no visualizan una organización a futuro que logre brindarle la entidad, promoción y accesibilidad a la fibra que se necesitaría para generar un cambio significativo y un aumento de la demanda a nivel local.

Capítulo 05

La otra perspectiva: Entrevista a Antonio Carambula, ex director ejecutivo de Uruguay XXI (Período 2015 - 2020)

Durante las diferentes instancias de entrevista realizadas tanto al encargado y propietario de la fábrica de Megatex, Diego Longo como a los emprendimientos de diseño textil nacional que actualmente utilizan textil de/con cáñamo producido en Uruguay, la falta de promoción más allá del ámbito de cada emprendimiento por medio de un ente estatal impedía, según los entrevistados, ampliar canales de comercialización, dar a conocer el origen, las características y beneficios del uso de este textil y disminuir el estigma que conlleva éste dado el desconocimiento; estas razones impulsaron la necesidad de realizar una entrevista a Antonio Carambula, director ejecutivo de Uruguay XII durante el período de los años 2015 a 2020 para conocer su perspectiva antes estos planteos así como también su visión y posicionamiento en torno al cáñamo textil en Uruguay como vía de desarrollo de micro emprendimientos de diseño textil nacional.

Contenido

5.1 Uruguay XII durante su gestión

5.2 Cáñamo industrial y textil de cáñamo: incentivos y promoción del textil en nuestro país

Uruguay XXI durante su gestión

Uruguay XXI es la agencia responsable en la promoción de exportaciones, inversiones y de potenciar la competitividad de las empresas uruguayas con el fin de atraer inversiones productivas e impulsar la marca país en el mundo. Durante su dirección, Carámbula relata que la agenda de actividades giró en torno de la presentación del Uruguay al exterior participando en ferias, actividades de difusión e internalización a nivel mundial como por ejemplo Dubai en Emiratos Árabes y China con la finalidad de encontrar inversiones de interés para el crecimiento del país (Carámbula, A., entrevista personal, 10 de enero de 2024).

Enfocándonos en las PyMES nacionales, se llevó a cabo un programa de asesoramiento para guiar a las empresas a un proceso de internacionalización que rondaba desde el diagnóstico, análisis de mercado identificando las oportunidades comerciales en el mundo y cómo adaptar los productos a éstos, programas de promoción adaptados a la propuesta de valor de cada empresa, asesoramiento pre exportación en torno a la documentación necesaria y otras cuestiones burocráticas para poder exportar de manera exitosa; en la actualidad este programa sigue en funcionamiento pero con una nomenclatura distinta.

Cáñamo industrial y textil de cáñamo: incentivos y promoción del textil en nuestro país

La ventaja de ser el único país de América en legalizar y regularizar el plantío de cáñamo así como también el consumo de cannabis en nuestro país fue el impulso principal de apostar hacia la apertura de este latente mercado en el año 2013; Uruguay se posicionaría como pionero y atraería nuevas inversiones extranjeras al país. Sin embargo, durante los años siguientes a la vigencia de la ley, en los hechos existen dudas e indefiniciones a nivel oficial que enlentecen los procesos y las habilitaciones brindadas por el MSP (Carámbula, A., entrevista personal, 10 de enero de 2024).

Por un lado, se promocionaba un Uruguay con una ventaja legal y regulatoria en comparación con otros de la región, sin embargo, las trabas generadas por el MSP sumado a una inestabi-

lidad en el control de calidad de los productos ofrecidos en el mercado local, generaron un estancamiento en la promoción y el atractivo de inversionistas del sector; se agrega además que durante los años siguientes, otros países de la región como Chile, Colombia, Ecuador y Paraguay, si bien han regulado más tarde el Cañamo Industrial, lo han hecho de manera más inteligente y hoy toman la delantera con regulaciones ágiles y decididos apoyos gubernamentales que hacen atractiva la inversión mientras que en Uruguay las indefiniciones oficiales se perciben como un riesgo para el inversor.

En cuanto a la industria textil, Carámbula plantea que durante su dirección no se presentaron inversores con el fin de explotar la fibra del cáñamo para ser procesada e hilada y en la actualidad, desconoce el surgimiento de algún inversor que quiera utilizar el cáñamo industrial con este fin.

En la actualidad, si bien persisten algunas empresas del sector en nuestro país, los números en torno al potencial exportador y de posibilidad de inversión del sector han descendido (Carámbula, A., entrevista personal, 10 de enero de 2024).

Durante el período de su dirección, no estuvo dentro de la agenda de actividades de Uruguay XXI ni promover la industria textil nacional con el fin de generar una apertura de mercados así como tampoco el establecimiento y promoción del textil de cáñamo producido en nuestro país.

El desinterés del sector radica en la imposibilidad de apostar en una industria textil nacional que no tiene las garantías suficientes de atender a una demanda de mercado internacional; no existe la infraestructura logística suficiente para generar una continuidad en niveles de producción, estándares de calidad y un precio competitivo tanto a nivel regional como internacional.

Si bien Megatex produce textil de/con cáñamo desde el año 2021, carece de la tecnología y logística necesaria para suplir una demanda de escala internacional; para lograr toda una ca-

dena productiva generada a nivel nacional, es necesario el establecimiento de una planta que procese las fibras extraídas del tallo del cáñamo y la convierta en hilado para luego ser tejido en las instalaciones del PTI: Cerro de Megatex. Por otra parte, la calidad del textil no siempre suele mantener estándares de calidad exigidos a nivel internacional, sumado a una carta limitada de posibilidades textiles realizadas por Megatex (Leticia, G., entrevista personal, 16 de noviembre de 2023).

Al ser consultado acerca de si existiese una organización entre los microemprendedores de diseño textil nacional que utilizan el cáñamo textil producido en nuestro país y Megatex, se podría trabajar en conjunto con Uruguay XII para gestionar herramientas que promuevan el conocimiento al imaginario colectivo y a apostar por el uso del textil en nuestro país, Carámbula no niega la posibilidad de encontrar un espacio de intercambio para generar herramientas que propicien el desarrollo de este sector que se siente desatendido (Carámbula, A., entrevista personal, 10 de enero de 2024).

La proyección del textil de cáñamo producido en nuestro país así como de la industria del cáñamo industrial nacional es para Carámbula, desalentadora; visualiza un sector en decrecimiento, con desventajas en comparación a otros en la región y con poco perfil exportador.

Capítulo 06

Conclusión

Conclusión

Como individuos que conviven dentro de un sistema social de hiperconsumo, somos partícipes (tanto de forma directa como indirecta) de un proceso constante de reevaluación y revalorización de los modos de habitar y los hábitos de consumo; la necesidad de los individuos de sentir y experimentar de manera tangible o intangible un ideal de vida estético que, de modos cada vez más inmediatas se renuevan y actualizan según la llegada de nuevas tendencias y/o formas de habitar centrados en el pensamiento humano, generando en el imaginario colectivo una necesidad constante de replantear sus hábitos de consumo y co-existencia. El panorama actual es de una búsqueda de nuevos caminos y procesos que, si bien se comprometen a no destruir los recursos y oportunidades para el crecimiento y desarrollo del futuro, no dejan de ser estrategias que promueven un nuevo tipo de hiperconsumo que se le agrega un nuevo atributo: sostenible.

En el ámbito textil, resulta en un hiperconsumo más responsable, con el objetivo de promover el bienestar colectivo a través de la implementación de tecnologías y metodologías con foco en la sostenibilidad (trazabilidad en los procesos productivos, mano de obra digna, economía circular, etc), revalorizando el textil de origen natural debido a sus beneficios medioambientales y para el individuo. Sin embargo, de ser implementadas son necesarias una serie de herramientas, tecnologías y gestiones de promoción de vanguardia de alto costo; es necesario un asesoramiento y acompañamiento de políticas públicas o inversiones privadas para poner en marcha un cambio.

Si bien Uruguay fue pionero en el 2013 en apostar por regularizar una industria inexplorada en el continente como lo fue la industria del cáñamo, sobre el transcurso de los años no se logró establecer un proyecto sólido que brindase garantías para consolidarse en nuestro país; la posibilidad de atraer a un inversor con interés en establecer una cadena productiva que procese las fibras de cáñamo en hilados para ser tejidos se desvanece dados los diag-

nósticos explicitados en este trabajo. Esto se desencadena en un contexto desfavorable para Megatex y sus intenciones de crecimiento tanto a nivel local como internacional ya que si bien es novedosa la propuesta de producir textiles de/con cáñamo en nuestro país, carece de la logística y tecnología necesaria para suplir una demanda de mayor escala como lo son las tiendas retail nacionales, mucho menos abastecer mercados con niveles de producción mayores que en el Uruguay; el camino a la subsistencia continúa siendo el del trabajo con el micro emprendedor de diseño textil nacional.

Estas micro emprendedoras que son en su mayoría mujeres uruguayas jóvenes, enmarcan a sus emprendimientos como marcas de moda lenta y sustentable; el uso del textil de cáñamo así como otros de origen natural son una de las vías de justificar dicha categorización y la disponibilidad en el mercado local facilitado por Megatex a fines del 2021, les permitió incursionar dentro de este nicho poco explorado a nivel nacional aunque con algunas asperezas propias del contexto local actual.

Es una responsabilidad del diseño textil nacional, tomar como propia esta iniciativa de desenvolverse en un contexto de diseño textil nacional en donde prime la sustentabilidad como eje principal de acción. Priorizando el bien colectivo en contextos locales de cada diseñador, apostando al uso de un textil con un costo/beneficio que prioriza el bienestar medioambiental y del individuo, relegando a segundo plano el costo/beneficio económico individual, fórmula comúnmente utilizada dentro de el sistema hiperconsumista de medir el éxito y las proyecciones de crecimiento individual. La posibilidad de tomar el textil de cáñamo como vía de desarrollo de los micro emprendimientos de diseño textil nacional radica, a mi criterio, sobre esta perspectiva. Además, hago énfasis en la importancia de la iteración en las propuestas de valor y las herramientas de promoción de cada emprendimiento que persistan con el objetivo de comunicar, de forma eficaz y específica, los beneficios, valores e importancia de formar parte de un contexto de cambio latente y necesario en el mundo a través de la elección y pro-

moción del diseño textil nacional sustentable.

Por otro lado, el rol protagónico que la Universidad de la República tiene en la introducción de diferentes enfoques y perspectivas teóricas con el fin de promover un vínculo con la sociedad y construir desde una mirada extensionista nuevas formas de habitar es fundamental para promover el hiperconsumo sostenible. Promover desde el marco universitario actividades en territorio de índole proyectual y/o metodológico tomando el textil de cáñamo como punto de partida para explotar las posibilidades del éste, generar un intercambio horizontal entre el saber académico con el popular, producir procesos de comunicación dialógica para trabajar de manera colectiva a través de la delimitación de objetivos claros y proyecciones en común, promoviendo el desarrollo creativo y profesional de los futuros diseñadores.

Este valor, a mi entender, es lo que generará a futuro una apertura de nuevas oportunidades y caminos de crecimiento, generando en el imaginario colectivo nuevas formas de habitar y un genuino desarrollo de los micro emprendimientos de diseño textil local que apuesten al cáñamo textil producido en nuestro país así como también el desarrollo de una mirada crítica de los diseñadores ante un sistema de hiperconsumo que atenta contra las proyecciones de un modo de habitar colectivo.

Consideraciones finales

Teniendo en cuenta la demanda por productos que se acercan a nociones de la sustentabilidad y el hiperconsumo sostenible, se visualizan los siguientes aportes que propician el desarrollo de los micro emprendimientos de diseño textil nacional que utilizan cáñamo textil y abren nuevas líneas de investigación para los futuros diseñadores.

El desarrollo y reconocimiento de nuevas posibilidades matéricas y transformaciones textiles utilizando textil de cáñamo tomando en cuenta las características físicas del textil (versatilidad, gran capacidad de absorción de agua, resistencia a la decoloración, protección contra

rayos UV, antibacterial y microbiano) y sus beneficios medioambientales (resistencia a las plagas, crecimiento rápido y con menor cantidad de agua que el algodón, resistencia ante la erosión del suelo) para desarrollar nuevos productos textiles que generen un impacto económico, social o ambiental positivo al entorno así como también ampliar la vías de acción tanto de Megatex como de los micro emprendimientos de diseño textil nacional.

Este aporte podría llevarse a través del acompañamiento de instituciones como la ANII (Agencia Nacional de Investigación e Innovación) que busca promover el desarrollo del conocimiento técnico y profesional en el país desde el sector público, e incentivar la gestión y el desarrollo de emprendimientos innovadores cuya aplicación beneficie a toda la población (ANII, 2023). Asimismo, establecer la trazabilidad del textil de cáñamo producido en nuestro país, con la finalidad de verificar las nociones de sustentabilidad y economía circular, aportando hacia mejorar el valor del textil, aumentando así las probabilidades de promoción y crecimiento.

Por otro lado, existe una oportunidad dentro del rubro textil si se aprovechan las herramientas de promoción existentes de los micro emprendedores de diseño textil nacional que ya se posicionan de forma estratégica y eficaz en el mercado nacional con el fin de aumentar el alcance y el potencial exportador de éstos.

La cuestión radica en visualizar cuáles son los movimientos y acciones posibles en torno a la promoción de los micro emprendedores de diseño textil nacional que utilizan cáñamo textil para desarrollarse y establecer de forma estratégica micro emprendimientos con potencial exportador, visualizando las herramientas existentes y viables que puedan colaborar con dicho crecimiento a nivel nacional. Un programa de interés en torno a esta oportunidad es Sembrando que desde marzo del 2020, brinda acompañamiento al emprendedor nacional, fomentando las iniciativas de cada uno, posibilitando vínculos entre las partes interesadas (micro emprendimientos/Megatex e instituciones como Ande, Rafe, Anii, Uruguay XXI, Miem – Latu, Ude-

lar, Utec Incubadora Ingenio, entre otros). con el fin de apoyar nuevos modelos de negocios que puedan consolidarse y adaptarse a la actualización permanente del mercado a través de capacitación y espacios para compartir experiencias; crear y fomentar emprendimientos que generen ingresos; así como desarrollar las micro, pequeñas y medianas empresas en todo el país (GUB, 2024).

Plataformas como Portal Uruguay Emprendedor son de interés para ampliar el conocimiento acerca de los apoyos y herramientas disponibles en el país que se adecúen a las necesidades actuales de los micro emprendimientos de diseño textil nacional que buscan desarrollarse.



Bibliografía

Alterna [@alterna.uy]. (26 de junio de 2022). Propuesta. Instagram. <https://www.instagram.com/alterna.uy/?hl=es>

Araújo, A., y Cardozo, A., (2016). Tiempos acelerados y espacios nómades de la hipermodernidad. *Reflexiones abiertas. Psicología, Conocimiento y Sociedad* 6 (2), 209-222.

Agencia Nacional de Investigación e Innovación (2024). Misión y visión. Institucional. ANII. <https://www.anii.org.uy/institucional/acerca-de-anii/#/mision-vision>

Bertino, M., (2009). La industria textil uruguaya (1900-1960). *América Latina en la Historia Económica. Revista de Investigación*, (31), 99-126.

Damiano, G., (15 de enero de 2023) Bio. Gimena Damiano. <https://gimenadamiano.com/>

Díaz, A. (2019). *Detrás de lo que vemos, lo que desconocemos*. [Tesis de grado, Universidad de la República]. Colibrí.

Enciclopedia Universal Ilustrada. (1934). Enriamiento. En *Enciclopedia Universal Ilustrada*. <https://www.rae.es/dpd/boca>

Universidad de Murcia (2023). trendsetter. En *Diccionario de Neologismos del Español Actual*, <https://www.um.es/neologismos/index.php/v/neologismo/2291/trendsetter#:~:text=Persona%20que%20marca%20tendencia>.

Instituto Cuesta Duarte., (2005). *Estudios Sectoriales: Sector textil, vestimenta y cuero*. Inefop. https://www.inefop.org.uy/docs/Sectorial_textil_vestimenta_y_cuero.pdf

Gwilt, A., (2014) *Moda sustentável: um guia prático*. Gustavo Gili

Filosi, A., (11 de junio de 2021) La reconversión hacia la fibra orgánica fue lo que salvó a Tejidos Bersan de seguro cierre. *Diario El País*. <https://www.elpais.com.uy/vida-actual/la-reconversion-hacia-la-fibra-organica-fue-lo-que-salvo-a-tejidos-bersan-de-seguro-cierre>

Lipovetsky, G. (2006). *El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*. Editorial Anagrama

Lipovetsky, G., y Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo: Vivir en la época del capitalismo artístico*. Editorial Anagrama

Lipovetsky, G. (2020) *Gustar y emocionar: Ensayo sobre la sociedad de la seducción*. Edito-

rial Anagrama.

Livramento, M., y Triska, R., (24 de marzo de 2023) Principios e diretrizes para o consumo consciente e responsável na moda: uma busca sistemática da literatura. dObra[s]. – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. l.], n. 37, 124-149, https://www.researchgate.net/publication/369525444_Principios_e_diretrizes_para_o_consumo_consciente_e_responsavel_na_moda_uma_busca_sistemica_da_literatura

Massonier, V., (24 de agosto de 2021) Selva Juana. Dress Mix. <https://www.dressmix.com.uy/selva-juana/>

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (2020). Cáñamo en Uruguay. https://www.gub.uy/ministerio-ganaderia-agricultura-pesca/sites/ministerio-ganaderia-agricultura-pesca/files/documentos/noticias/ppt_canamo_en_uruguay_expocannabis_mariela_ibarra_mgap.pdf

Muriel-Páez, M., et al., (2023). El cáñamo, una fibra textil sostenible. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 6(6), 12155-12182. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.4246

Nombela, C., (2018). Qué es un emprendimiento y cuáles son sus características. Forbes. <https://forbes.es/empresas/42170/que-es-un-microemprendimiento-ycuales-son-suscaracteristicas/#:~:text=Se%20denomina%20microemprendimiento%20a%20la,son%20socios%2C%20due%C3%B1os%20y%20administradores.&text=Inversi%C3%B3n%20en%20conocimientos%3A%20Al%20no,lo%20que%20ser%C3%ADan%20los%20sueldos.>

ONU, (1987). Nuestro futuro común. Madrid: Alianza.

Pesok, J (2004), Introducción a la tecnología textil.

Pintos, M (18 de enero de 2020). El cáñamo, el cultivo emergente que promete en Uruguay. Diario El Observador. <https://www.elobservador.com.uy/nota/el-canamo-el-cultivo-emergente-que-promete-en-uruguay-2020117183459>

Real Academia Española. (s.f.). Boca en boca. En Diccionario de la lengua española. <https://www.rae.es/dpd/boca>

Recovo. (6 de marzo de 2023). Todo lo que necesitas saber de las telas recuperadas. Recovo Blog. <https://recovo.co/es/blog/todo-sobre-telas-recuperadas/>

Rodríguez Miranda, A. et al. (2017), Especializaciones productivas y desarrollo económico regional en Uruguay. Instituto de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y Administración, Universidad de la República, Uruguay.

Siggaard, A., y Laitala, K., (26 de enero de 2023). Natural and Sustainable? Consumers' Textile Fiber Preferences. *Consumption Research Norway*, 11(2), 12. https://www.researchgate.net/publication/367451885_Natural_and_Sustainable_Consumers'_Textile_Fiber_Preferences

Swarna, S., y Hossain, K., (10 de enero de 2022) Climate change impact and adaptation for highway asphalt pavements: a literature review. *Canadian Journal of Civil Engineering*, 49(7): 1109-1120. <https://doi.org/10.1139/cjce-2021-0209>

Todeschini, B., et al (2017). Innovative and sustainable business models in the fashion industry: entrepreneurial drivers, opportunities, and challenges. *Business Horizons*, v. 60, 759-770. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681317301015>.

Uruguay XXI. (s.f). Cannabis / Febrero 2023. Uruguay XXI <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/centro-informacion/articulo/cannabis-febrero-2023/>

Vázquez, S., y Etcheverry, S., (22 de diciembre de 2022). Desafíos de la industrialización de cáñamo con fines no terapéuticos en Uruguay. *Indufarma*. <https://indufarma.com.uy/desafios-de-la-industrializacion-de-canamo-con-fines-no-terapeuticos-en-uruguay/>

Warde, A., (2005). Consumption and Theories of Practice. *Journal of Consumer Culture* 5(2) 131-153. <https://entrepreneurscommunicate.pbworks.com/f/consumption+and+theories+of+practice.pdf>

S.n., (10 de agosto de 2021). Industria textil “tiene futuro” con reconversión y diseño. *Diario El País*. <https://www.elpais.com.uy/negocios/empresas/industria-textil-tiene-futuro-con-reconversion-y-diseno>

S.n., (14 de abril de 2021). Los “cambios dramáticos” que sufrió la industria nacional revelados. *Diario El País*. <https://www.elpais.com.uy/negocios/noticias/los-cambios-dramaticos-que-sufrio-la-industria-nacional-revelados>

S.n (30 de Noviembre de 2023). Se Desarrollará La 10a Edición De La Expocannabis Uruguay En El Parque Roosevelt. Gobierno de Canelones. <https://www.imcanelones.gub.uy/es/noticias/se-desarrollara-la-10a-edicion-de-la-expocannabis-uruguay-en-el-parque-roosevelt>)

Anexo

Guión de entrevista a Megatex

Buenos días/tardes, mi nombre es Marcia Corbo y me encuentro realizando mi TFG de la Licenciatura en Diseño Industrial Perfil Textil Indumentaria en torno a la utilización del textil de cáñamo como vía de desarrollo de micro emprendimientos textiles nacionales. Esta entrevista se llevará a cabo bajo los objetivos de conocer por un lado, la demanda a nivel local por textiles sustentables y, en especial, el de cáñamo y, por otro, caracterizar a los micro emprendimientos que adquieran textiles de cáñamo en Megatex.

Pido permiso para grabar este intercambio, dado que la información recabada será utilizada únicamente con fines académicos para la realización de esta TFG.

-Cuéntame un poco acerca de Tejidos Bersan desde sus inicios hasta el día de hoy

-Entiendo que desde el año 2020 decidieron incursionar en la comercialización de textiles de origen natural, ¿Qué llevó a tomar dicha decisión?

-¿Cuál es la demanda a nivel local por los textiles que manufacturan?

-¿Por qué decidieron incluir textiles de/con cáñamo en su producción?

-¿El hecho de existir un marco regulatorio en torno a la producción de Cáñamo industrial en nuestro país incentivó la decisión?

-¿Y dificultades?

-¿La materia prima qué origen tiene?

-¿Sabes si se utilizan fibras resultantes de la producción de Cáñamo Industrial en nuestro país?

-¿Llega a Megatex en qué etapa productiva? ¿En forma de hilados, en fibras para ser procesadas en la fábrica?

-¿Es necesario maquinaria específica para generar los textiles de/con cáñamo?

- En cuanto a costos, la utilización de este textil es competitivo en relación a otras posibilidades como por ejemplo el algodón u otros materiales?

-¿Existe una demanda por textiles de/con cáñamo en el mercado local?

-¿Por qué crees que es así? ¿Existe algún factor en particular (por ej. desconocimiento del textil, precio, características) que determine dicha demanda?

-¿Podrían caracterizar a los emprendimientos/negocios que adquieren dichos textiles? ¿Operan dentro de algún rubro textil en específico?

-¿Tienen alguna base de datos en dónde poder visualizar los emprendimientos nacionales que trabajan con los textiles de/con cáñamo que comercializan?

-Según un informe publicado por el MGAP en el 2020, uno de los principales desafíos para el Cáñamo Industrial a nivel comercial es el establecimiento y consolidación de las cadenas agroindustriales. Dentro del rubro de la industria textil nacional, ¿Crees que se ha avanzado hacia este objetivo?

¿Por qué crees que existe/no existe ese avance?

-Otro de los desafíos que planteó el MGAP en su informe del 2020 fue la apertura de mercados y canales de comercialización. ¿Crees que el textil de cáñamo, al igual que la lana, podría consolidarse como un producto que propicie la apertura de mercados y el desarrollo de micro emprendimientos de diseño textil nacional?

Por último y como modo de cierre, ¿Cuál es tu proyección del textil de/con cáñamo en nuestro país?

Entrevista a Megatex, Julio 2023

-Cuéntame un poco acerca de Tejidos Bersan desde sus inicios hasta el día de hoy

Bueno... empezamos hace más de 30 años en esto, son todos tejidos circulares ahora también tenemos tejido de punto y ahora estamos arrancando con plano que estamos negociando pero ya empezaron a salir las muestras.

Este.. Y bueno, toda esta parte, hace 3 años, 4 años que empezamos con bambú y cáñamo y después tenemos lino y todo lo que viste de telas recicladas y mayormente la lana, lana uruguayana, merino de 21 micras.

-Entiendo que desde el año 2020 decidieron incursionar en la comercialización de textiles de origen natural, ¿Qué llevó a tomar dicha decisión?

De ver que en el mundo era lo que andaba entonces todo iba encaminado a lo sustentable y orgánico y bueno, para poder seguir trabajando tuvimos que importar esos hilados

-¿Cuál es la demanda a nivel local por los textiles que manufacturan?

La demanda en kg no me acuerdo. En lo sustentable/orgánico el mayor consumo es lana merino y cáñamo. Después viene bambú, lino y otras fibras

-¿Por qué decidieron incluir textiles de/con cáñamo en su producción?

La decisión la marcó el mercado y las diseñadoras

-¿El hecho de existir un marco regulatorio en torno a la producción de Cáñamo industrial en nuestro país incentivó la decisión?

No, nada. Es porque las estudiantes y las recibidas también investigan y vieron que todo va por ese lado y bueno intentaron hacerlo acá y somos los únicos tejiendo en circular y entonces no tenían otra opción que caer acá. Pero bueno, bienvenidas

-¿Qué virtudes han encontrado al comenzar a trabajar con textiles naturales con/de cáñamo?

Virtud, yo no tengo ni una prenda de estos textiles pero se todo lo bueno que es, los beneficios que tiene, por ese lado tenemos que trabajar mucho más

Natalia, modelista de Megatex:

Es una tela maravillosa, mucho más sustentable que el algodón incluso, se necesitan menos recursos para producirla además es súper versátil, algo que hemos descubierto con la experiencia de uso tanto de clientes como acá en el taller. Por ejemplo, vimos que es una fibra que retiene super bien los líquidos y ahora estamos experimentando con una chica que hace toallitas menstruales ecológicas para ver si es viable su uso para ese tipo de prendas.

-¿Y dificultades?

Ninguno, nada. Al contrario, si el hilado viene bien, es más fácil porque se teje sin problema, se puede descruar y no tienes teñido salvo los artesanales y naturales. No se hacen teñido químicos con cáñamo y entonces es hasta más fácil. Porque después el que la compra y la consume la transforma como quiera, la traemos en crudo

-¿La materia prima qué origen tiene?

Español el reciclado y el otro es de China

-¿Sabes si se utilizan fibras resultantes de la producción de Cáñamo Industrial en nuestro país?

No, de acá es imposible. Solo la lana, 100% uruguayo es la lana nomás. Cáñamo es importado

-¿Llega a Megatex en qué etapa productiva? ¿En forma de hilados, en fibras para ser procesadas en la fábrica?

Llega en cono así lo podemos tejer

-¿Es necesario maquinaria específica para generar los textiles de/con cáñamo?

Nono, si viene la medida correcta el cono no hay problema

- En cuanto a costos, la utilización de este textil es competitivo en relación a otras posibilidades como por ejemplo el algodón u otros materiales?

No, sale ponele que el doble. Pero a veces nos piden para abaratar, nosotros compramos el que ya viene con algodón orgánico puede ser 40 y 40 y después nosotros al alimentar la máquina le ponemos más algodón orgánico pero es según pedido. Eso lo va abaratando, tiene cáñamo en otro porcentaje

-¿Existe una demanda por textiles de/con cáñamo en el mercado local?

Sisi cada vez más, se está moviendo cada vez más

-¿Por qué crees que es así? ¿Existe algún factor en particular (por ej. desconocimiento del textil, precio, características) que determine dicha demanda?

Es moda, y aparte lo bueno que es. Ya hay una tendencia. Pero claro, no llegamos a los precios que necesitamos llegar pero es una fibra cara. No todas las personas pueden acceder a la tela de cáñamo porque es una tela cara de producir, los hilados son caros pero si que hay cada vez más demanda y es una tendencia que crece.

Natalia:

Principalmente, el boca a boca ha hecho que se de más a conocer lo increíble que es esta fibra y lo versátil que es. Eso ha generado más demanda en ese sentido. Por ejemplo, el footer de cáñamo que tenemos, vos te haces un conjunto deportivo con eso y es lo más abrigado que vas a tener, te lo aseguro. Todas esas cosas que se van dando a través de probar y que la gente experimente con las telas nuevas genera que se vaya corriendo la voz de lo superior que es.

-¿Podrían caracterizar a los emprendimientos/negocios que adquieren dichos textiles? ¿Operan dentro de algún rubro textil en específico?

La mayoría es todo moda y diseñadoras nuevas. Las marcas que ya están impuestas no son mucho de eso. En Europa se está trabajando con todo sustentable, diesel creo y había otras más. Acá todavía no llegó.

-¿Tienen alguna base de datos en dónde poder visualizar los emprendimientos nacionales que trabajan con los textiles de/con cáñamo que comercializan?

No. Hay en Montevideo, en Solymar, en Atlántida, Rocha, La Paloma. En el sur y el este, para el lado de Punta del Este y de José Ignacio, todo eso sí. En Paso de los Toros hay una chica que vende por mayor y después en Paysandú y Salto han comprado algo pero ta, compraron. En San José también hay, Colonia. Más que nada sur este y el este. Hempa es una marca que nos compra muchísimo cáñamo.

-Según un informe publicado por el MGAP en el 2020, uno de los principales desafíos para el Cáñamo Industrial a nivel comercial es el establecimiento y consolidación de las cadenas agroindustriales. Dentro del rubro de la industria textil nacional, ¿Crees que se ha avanzado hacia este objetivo?

No, yo sigo igual y aca no hay ningún movimiento

¿Por qué crees que existe/no existe ese avance?

Por falta de publicidad y es muy cara la publicidad.

El tema es que estamos solos en esto, no hay nadie, desde ningún lugar o posición de poder que fomente el consumo de estas telas y de la industria textil nacional. Son más las trabas que hay y que imponen que los beneficios y la apertura de puertas para crecer.

Para poder pensar en hilar el cáñamo que se produce acá, se necesita una fábrica que procesa las fibras para poder hilarlas, el tema es que por un lado no existe promoción de que eso acá existe y de que ya hay gente hilando cáñamo acá y, por el otro, es que nadie quiere invertir acá por la poca rentabilidad y aparte por las trabas y los problemas que son sabidos tenemos todos los que producimos en el país; es muy difícil poder trabajar, los gremios y los sindicatos la hacen muy difícil.

Pero bueno somos los pocos los que queremos que esto salga adelante y hacemos lo posible aunque cansa y yo ya estoy viejo ja ja ja.

-Otro de los desafíos que planteó el MGAP en su informe del 2020 fue la apertura de mercados y canales de comercialización. ¿Crees que el textil de cáñamo, al igual que la lana, podría consolidarse como un producto que propicie la apertura de mercados y el desarrollo de micro emprendimientos de diseño textil nacional?

Bueno a brasil se ha mandado muestras, a Chile también pero nunca concretaron. En Argentina, cuando estuvo la feria mola, se llevaron bastantes muestras de lana y todo eso. La promoción a través de ferias hace que se impulse la promoción pero todavía no hay con la fuerza que tiene que estar

Natalia:

Lo que pasa es que la industria textil uruguaya prácticamente no existe y lo que existe lucha por sobrevivir, esa es la realidad. Lo que es difusión y la educación a nivel estatal depende muchísimo quien esté arriba; Beatriz Argimón es una mujer que le interesa muchísimo y consume industria nacional, entiende de moda y ella es una gran difusora de la industria textil nacional pero ta, realmente no hay un apoyo que permita dar a conocer lo maravilloso de las telas que trabajamos y sobre todo el cáñamo que es, de verdad, una de las mejores telas que hay.

Por último y como modo de cierre, ¿Cuál es tu proyección del textil de/con cáñamo en nuestro país?

Seguir tejiendo cada vez más y todas las marcas tejiendo cáñamo, eso sería lo ideal. En diferentes tejidos estar todos los días. Está en tus manos que hagas la publicidad.

Muchísimas gracias.

Guión de entrevista a emprendedores de diseño textil que utilizan textil de cáñamo

- ¿En qué año comenzaste _____ (emprendimiento)?
- ¿Como ha evolucionado _____ (emprendimiento) desde que comenzaron? ¿Algo relacionado a la utilización del textil de cáñamo (mayor visibilidad, más promoción, identidad de marca relacionada a este textil) ha aportado a dicha evolución?
- Desde que parte del país llevas adelante _____ (nombre del emprendimiento)?
- ¿Quiénes conforman _____ (nombre del emprendimiento)? ¿Es un equipo de trabajo o te desempeñas solx?
- ¿Le dedicas un horario de trabajo fijo a _____ o es variable según algún factor? Horario de trabajo diario, semanales (procesos productivos que no se pueden interrumpir que hagan al trabajo variable en horas por día, por ejemplo)
- Además del diseño de las prendas, ¿te encargas de las otras áreas que conforman el emprendimiento (ej: redes sociales, mkt, confección, diseño de empaquetado, e commerce, etc)? ¿Tercerizas algún área del emprendimiento?
- ¿Cuál es su método de producción? ¿Es a demanda? ¿Por encargo? ¿Pequeñas/medianas/grandes cantidades de stock por producto?
- _____ (nombre del emprendimiento), ¿es tu fuente de trabajo principal o lo llevas como una fuente de ingreso secundaria?
- ¿A través de qué canales se desempeña _____ (nombre del emprendimiento)? (Ej: tiene tienda física propia o multimarca, vendes por redes sociales únicamente, te presentas en ferias?
- , _____ (nombre del emprendimiento) se enfoca solo en la confección de indumentaria de textil de cáñamo? (En el caso de que no, ¿Qué otros productos realiza? ¿Por qué? ¿Tienen que ver con el cáñamo?)
- ¿Siempre utilizaste este textil o fue algo que adoptaste luego de lanzado el emprendimiento?

- ¿Por qué tomaste la decisión de utilizar textil de cáñamo en tu emprendimiento?
- Megatex, fábrica textil nacional, produce desde el 2021 textil de/con cáñamo: ¿El textil de cáñamo que utilizas es el producido por dicha fábrica?
- ¿Qué tipología de prendas confeccionas para _____ (emprendimiento)?
- ¿De donde surge la decisión de realizar este tipo de prendas? (El mercado, las características del textil permiten realizar este tipo de prendas, etc)
- ¿Cuáles son los beneficios de apostar por el textil de cáñamo para tu emprendimiento?
- ¿Es un diferencial utilizar textil de/con cáñamo, en relación a otros emprendimientos de indumentaria a nivel nacional?
- ¿Cuál es la propuesta de valor del emprendimiento? ¿Crees que los productos con estos textiles aportan a la propuesta de valor del emprendimiento?
- ¿Resulta económicamente sostenible para _____ (nombre del emprendimiento) utilizar textil de cáñamo?
- ¿Existe una demanda por indumentaria realizada con textil de/con cáñamo en el mercado local?
- ¿Los niveles de producción se mantienen estables a lo largo del año o existen períodos de mayor demanda?
- ¿Qué modalidades de venta tienen? (comercialización directa a consumidores, intermediarios: comercios, mayoristas, red propia con representantes, agencias, puntos de venta, venta a través de internet)
- ¿Puedes definir a un público objetivo para _____ (emprendimiento)?
- ¿Es en su mayoría nacional o visualizas una demanda a nivel regional/internacional?
- A lo largo de los años que llevas _____ adelante, crees que este público ha ido cambiando?
- ¿Crees que ha aumentado, a nivel nacional, la utilización de textiles de/con cáñamo en otros emprendedores y/o marcas de indumentaria ya existentes o has visualizado el surgimiento de nuevos emprendimientos que utilicen estos textiles?
- ¿Por qué crees que esto ha sucedido?
- Dentro del territorio nacional, ¿puedes definir una zona en particular en la cual tu emprendimiento se desempeñe mejor? (Si se puede, ¿crees que existe una razón por la cual se concentra dentro de este sector del país?)
- ¿Apuestas al crecimiento más allá del territorio nacional?

-¿Es el textil de cáñamo un punto de partida para potenciarse como micro emprendedor de diseño textil en Uruguay?

-¿Crees que existen herramientas/estrategias de marketing específicas que puedes utilizar en _____ (emprendimiento) ya que tu emprendimiento apuesta por la utilización de textil de/con cáñamo producido en el Uruguay? -¿Podrías determinarlas?

-¿Crees que otros micro emprendimientos de diseño textil podrían beneficiarse al utilizar y apostar por el textil de cáñamo? ¿De qué manera?

-Según un informe publicado por el MGAP en el 2020, uno de los principales desafíos para el Cáñamo Industrial a nivel comercial es la apertura de mercados y canales de comercialización. ¿Crees que el textil de cáñamo, al igual que la lana, podría consolidarse como un producto que propicie la apertura de mercados y el desarrollo de micro emprendimientos de diseño textil nacional?

Desde tu perspectiva de emprendedor/a, ¿cómo podría darse este fenómeno a nivel nacional?

-¿Crees que beneficiaría al emprendimiento si hubiese mayor apoyo estatal desde la promoción del textil a nivel nacional?

Por último y como modo de cierre, ¿Cuál es tu proyección del textil de/con cáñamo en nuestro país?

Entrevista: Gimena Damiano, 3 de Noviembre de 2023:

-Yo trabajo con técnicas artesanales entonces para mi lo natural se lleva bien con lo natural. El soporte y materia prima que necesito tiene que ser natural, y se está empezando a usar cáñamo. Tengo amigas emprendedoras que también. Obviamente que el costo es otro pero tampoco es no es tan diferente a las telas importadas que podemos conseguir acá y la calidad ni se compara-

-Sí, ya que la calidad que arrojan estos textiles marcan el diferencial. Bueno si te parece vamos comenzando, ¿está bien?

-Bueno dale

-Yo arranque en el 2020 pero empecé un año antes en la planificación, búsqueda de proveedores y diseño. Pero en Enero de 2020 lo saque a la luz más o menos

-Si en realidad yo trabajo no solo con cáñamo ahora uso mucho bambu pq ademas son todas fibras que igual que el algodón orgánico, el algodón lleva más consumo de agua pero en realidad no es que me centro solo en el cáñamo sino en todas estas fibras de origen vegetal que tienen propiedades muy buenas. Bueno, yo hago indumentaria entonces es como ese contacto con la piel. Es hipoalergénico, te regula la temperatura en frío y calor entonces no es que prefiero por encima de todo el cáñamo pero entre cáñamo, bambú y algodón orgánico son mis tres pilares que uso mucho.

No se si la gente conoce tanto, me paso que trabaje en una empresa, estudie diseño y en otra empresa como empleada que trae de china e india es la primera vez que trabaje con cáñamo con una empresa uruguaya. En una fábrica, everfilt que en realidad se especializaba en uniformes corporativos y yo me dedicaba a los tejidos orgánicos y el cáñamo los traíamos importados de EEUU. Eso fue en 2017, me pasaba con mis compañeros que decían cáñamo, la gente no asociada al diseño y había una cuestión de pensar incluso hacíamos chistes tipo eso se guma?. No había tanta información de que el cáñamo también es un textil, se puede extraer. No se si ahora eso ha cambiado porque se produce el cáñamo aca, no se como está eso desde aquel momento.

-En realidad a nivel imaginario colectivo creo que aun existe un desconocimiento de que el cáñamo es de la familia del cannabis y no solo se usa para fumar

-Si, es una planta, pero tenemos una idea de identificar el bambú por ej pero el cáñamo no se que tanto ha avanzado

-Si yo lo que he estado investigando es que en general la gente que pide cáñamo textil es gente que está dentro del rubro y de la indumentaria en gral. No es como el algodón que todo el mundo conoce, con el cáñamo todavía no pasa esto. Creo que a nivel genérico todavía no hay porque todavía no hay una promoción a nivel comercial de mercado de ver cáñamo en tiendas más masivas por ej: indian, rotunda por ej que no trabajan con telas así, Si alguna de algodón orgánico pero con telas como bambú no. Entonces la persona que compra ropa más genérica que va al shopping desconoce porque no tiene un conocimiento específico de lo que hay aca

-Si es muy de nicho. Incluso lo que yo hago, hay gente que conoce las técnicas y las telas que son a partir de fibras vegetales peor aún un círculo muy cerradito

-Osea que tu publico es super específico?

-Si, porque además son prendas que tienen otro costo y que por ahí si vas a indian son propuestas distintas. Ojo, hay mucha gente, tengo una clientela de hace tres años me acompaña y siempre hay gente nueva. Yo hago más moda, como tengo formación en diseño. Me ocupo de que los diseños y las propuestas sean más de tendencia, no tanto onda hippie que mucha gen-

te lo asocia a las telas naturales a eso. Me vuelco que las prendas sean para todo el día, que vistán un poco más y hay gente que le encanta y conoce lo que ve y dice ‘ay esto es ecoprint’ y hay gente que le encanta y no tiene idea, hay de todo pero no es masivo.

-Si total, las tipologías de prendas con cáñamo son mas especificas, como mas holgadas medias de yoga

-Con eso hay un tema, si claro. También el tema de los talles, tengo un tema con eso. Hacer una camisa es todo un tema, avíos y todo eso. Le busco la vuelta para que todo no sea tan complejo en cuanto a los diferentes cuerpos. Tambien creo que hay un tema de que además la prenda al costo al público no es el mismo precio de lo que encuentras en otra, es buscarle la vuelta porque se me complica hacer del xs al xxxl, obvio hago a medida y pedido todos los talles porque no me gusta dejar a nadie afuera porque la gente me contacta y yo hago en todas las medidas pq ademas yo hago la moldería entonces no tengo problema y no cobrar otro precio por talle especial pero claro es un tema porque tiene otro costo para nosotros.

-Es tal cual,, es muy difícil competir a esas marcas más masivas que comparten tipologías que tienen telas de menor calidad y es más masivo

-Sí, pero es otra cosa. Hay mucha gente que lo entiende y el que no, claramente no es mi público yo no me dirijo a eso pero cada vez más el consumo está cambiando y para mi ha sido un aprendizaje porque yo trabajé mucho tiempo con china y la gente elige mucho más y mejor que adquiri y de qué calidad, me parece que yo estoy super contenta con lo que hago pero bueno de a poco va cambiando

-Si total, es todo un proceso.

-Sí es sorprendente la calidad de gente que busca productos por un tema de salud y médico, y es increíble nunca me había puesto a pensar así. No es solo un tema estético sino q hay gente que no puede usar otra cosa y esta buenísimo

-Es bueno que se vea cad vez mas que a mercado nacional hay una demanda que va creciendo, da esperanzas la verdad

-Trabajo entre mvd y canelos. Yo soy de canelones y me mude hace más de diez años por trabajo pero ahora en realidad mis padres viven en alcampo entonces bueno, en la pandemia hace dos años más o menos nada a medida que me compre ollas y con mayor cantidad de lyts me empezó a quedar chico el espacio en mvd y bueno entonces hago todo allá. Voy dos

veces por semana y trabajo con los talleres de confección allá con gente de confianza que me ayudaban desde la facultad y trabajamos super bien y entonces bueno armo la logística dos veces por semana allí y trabajo con los tintes y estampado y el recorrido en los talleres. Mis materias primas las hojas que uso están ahí además de las terrinas de agua y las tengo centradas ahí en el campo.

-Si, en realidad yo soy la que hace prácticamente todo. Delego únicamente la confección con tres talleres pero yo hago la moldería y corte, llevó todo cortado para ensamblar y después las fotos a veces depende de como me agarre pero hubo un tiempo que lo hice con modelo y fotógrafo, ahora retomando en eso porque es clave y me importa mostrar bien el producto y después un chico que maneja la web pero después soy yo la que está en todo lo demás, en estas redes y bueno todo eso

Mi novio que trabaja en audiovisual me ayuda un montón en videos música y esas cuestiones me ayuda un poco pero hago la edición de las fotos yo desde la facu que está bueno saber pero claro ta, montón de cosas pero bueno la vamos llevando bien

-Los dos primeros años trabajé a pedido y este último año estoy haciendo más cantidad de talles jugandomela. Ya tengo una idea de los cuerpos y de lo que se va a vender más. tENGO dos franjas de público: no gente tan joven de entre 36 y 42 43 hay una franja y después mas señoras de la edad de mi madre 50 60 una cosa si entonces los cuerpos son distintos y son edades que utilizan cosas distintas y gustan vestir cosas distintas entonces trato de abarcar ahí pero este año ya estoy trabajando más con stock no tanto a medida o pedido, alguna cosa pero ya quiero trabajar de zafar de eso porque es todo un trabajo que ya lleva más tiempo y te sale mas caro tambien,pero bueno

Lo primero hace un poco de todo y ves pero después de tres años se más o menos de lo que gusta y que se vende más y siempre tengo de eso.

- Es mi fuente principal de trabajo, me desvinculé en el 2019 de un trabajo anterior y me dedico a full con esto. Este año regularice que era todo un tema y bueno queria como dar ese paso y nada si

- Trabajo con textiles naturales y lana merino, desde el verano que participe en un evento que presenta la colección aw y trabaje con lana merino y bambú, cáñamo y Diego, la fábrica hace mezclas y esta buenísimo porque te hacen las mezclas que quieres y cada vez q voy es estar en disney y esas son las telas. Con las técnicas que uso no funciona el sintético no agarra ni fija por más de que trabajes la tela antes

-Todo lo adquiero de megatex menos el lino viscosa que lo compró en elfis porque tejido plano yo necesito alguna cosa y ellos tienen tejido circular entonces tengo que comprar afuera, camisas y esas cosas las hago en el lino q es plano

-No en realidad yo ya concordia el tejido por esta empresa que importaba de EEUU entonces lo conocía pero cuando yo empresa con lo mio yo arranque con megatex en 2021, al año

siguiente. No empecé usando cáñamo porque no era viable, desconocía totalmente porque no había acá en Uruguay. Desde el 2021 conocí a Diego y vi que había una posibilidad enorme ya que yo no sabía que existía acá en Uruguay.

Si ahí va, creo que arrancó más o menos ahí cuando yo arranqué con eso.

No se me había ocurrido ni de casualidad el cáñamo acá era algo que lo trabajé en otra empresa, venía de otro país y lo había descartado porque acá no hay, no tenía chance.

Lo único que me traje fue algodón orgánico de Brasil que fue con lo que empecé a trabajar y después los conocí a ellos.

-Yo creo que sí, no solo el cáñamo sino todos estos tejidos que te digo. El cáñamo me encanta, es muy lindo en cuanto a texturas y poder trabajar más que el algodón por ejemplo, en mi opinión. Pero no se si es algo del cáñamo en particular sino de todos los tejidos naturales creo que sí le aporta muchísimo, no tiene nada que ver un tejido sintético, no se puede ni comparar. Me parece que sí, así como el cáñamo, el bambú, el lino y el algodón orgánico. Se usan para cosas distintas pero sí me parece que todo lo que venga de origen vegetal se le da muchísimo.

-Yo creo que también se está prestando más atención si, me pasa con clientas que ven la diferencia, lo están notando. En verano por más calor que haya no te va a pasar con una camisa de lino, viste, creo que es como todo, hay gente que sí y gente que no tiene idea pero cada vez más ha ido cambiando. Si hay gente alérgica a muchas cosas entonces capaz que siempre hubo y no tenían chance pero ahora tienen la opción de cambiarlo y la gente es más consciente de eso

-Sí, en realidad sí. Tengo en cuenta los modelos que precisan más avios o botones, entretelas, como las camisas las hago en un tejido que compensa los precios. No tiene un costo diferente entre textiles naturales como el cáñamo y bambú. Pero si cuidó bueno que modelo hacer y qué consumo de tela tengo con cada tejido porque obviamente que ta eso después lo tenes que traducir al costo final y tampoco puede ser algo demencial sino no lo compra nadie. Eso sí lo tengo en cuenta. INCLUSO lo que te decía de los diseños que no requieran moltería compleja y que abarquen varios talles y cuerpos eso también. De nada tengo talle único, todo se hace a medida y pedido si algo no calza y no gusta como queda, te doy la opción de que lo hagamos como te guste pero si cuidó obviamente la moltería y el tejido que esté usando y no agregarle con botones entretelas cierres con osea, ta eso sí está ahí.

No le haces tanta ganancia, compensas con los productos distintos que uno ofrece. Hay cosas que le haces más ganancia pero te tenes que cuidar el precio al público porque yo creo que las cosas y precios los tendría q tener más altos de lo que los tengo pero vas probando porque no es nada del otro mundo, de repente vas a una marca que seguramente pagues la marca pero es más costoso que lo que yo hago pero bueno también uno a veces lucha con eso de ponerle el precio final, a veces no es tanto de ganancia pero bueno nada

-Mirá, en realidad en los tres años fueron distintos. En el 2020 y 2021 y mediados del 22 estábamos en pandemia y vendía mucho al interior, no se si también al se del interior y hay como una especie de identificación por las fotos de los productos que siempre son en el campo y yo

als er de ahí no se si hay una cuestión de identificación o fue algo de la pandemia y entonces hacía muchas al interior ventas. Llegue a mandar a casi todos los departamentos, creo q a tres nada más no mande peor después de eso cuando se empezó a abrir todo fue que empecé a vender más acá en mvd y empecé a trabajar con tiendas aca, la pandemia seguro tuvo que ver poer estuvo repartido

-Ahora en este último tiempo vendes más en la capital

-Si yo vivo acá desde hace mucho pero nada trabajo en todo en el campo entonces todo el registro del proceso y después bueno hago toda otra parte en Montevideo que también lo muestro pero es como que me sigue mucha gente del interior que no se puede ser que muestro mucho ese lado y entonces la gente se identifica con eso pero bueno en este último año he tenido muchos seguidores de acá de montevideo y ta, no sé a qué atribuirlo pero bueno. Es repartida la cosa

-Trabajo en rocha, con dos tiendas en aguas dulces y la pedrera durante la temporada sobre todo o los indios en invierno y después con una tienda en salto y después en mvd con otra tienda.

-Si en realidad en invierno los meses de junio a agosto baja bastante las ventas, por ahí es más cuando arranca la primavera y fin de años. En verano allá en el este que también hay mucho extranjero y despues por ahí en marzo por ahí como que la gente arranca el año pero en invierno en general baja

-Si, la verdad estuve hace unos meses en el mercado de industrias culturales en Argentina con rondas de negocios y esas cuestiones y estoy viendo para enviar a una tienda en Berlín que bueno puede haber una chance. Estoy en esa hace un tiempo, quiero internacionalizarse pero no es tan facil pero bueno hay una compradora que conoci allá y ahora estamos por mail pero ahí tengo que ver cuestiones de envio porque estamos tan lejos de todo que es todo un tema lo logístico pero bueno estaria bueno que se concrete tengo pila de ganas de eso.

-Yo creo que sí, es un valor agregado que si, el consumidor está prestando cada vez más atención a eso de donde vienen las cosas, quién y cómo se hace, qué impacto tiene para el medio ambiente, yo creo que si. Es un valor agregado que de a poco se está entendiendo así.

- Y si porque al igual que la lana, la lana es un producto si bien su producción y fabricación se hace aca es un producto de lujo pero le da trabajo a muchísima gente, mucha gente detrás de la producción de lana. Bueno si, lo que pasa es que ahí tambien es como en paralelo informar no, y que la gente entienda cómo se hace y los pasos que lleva porque obviamente yo porque el consumidor común no tiene por qué saber y también está en informar. Si se hace todo acá nada es trabajo para mucha gente.

Creo que ahí yo creo que tenemos que juntarnos, somos tan pocos que yo por ej no trabajo sola pero generar una red eso siempre ayuda a impulsar, sí. Es fundamental juntarse porque de a uno no se hace nada, me parece que hay gente y hay emprendimientos y empresas que sí que están interesadas en poder usar un producto de esa calidad y características pero también tenemos que hacer una fuerza, eso es la clave de todo.

-Diego me decía que no hay un apoyo ni promoción para promover que se consuma el cáñamo. Es una industria casi muerta que tiene que promoverse y organizarse para que se consuma.

-Somos muy poquitos acá también, el 70% de la lana se exporta ponele, todos buscamos en algún momento vender para afuera porque llega un momento que somos pocos y osea no se si tampoco con solo nosotros los uruguayos se puede sostener o algo así pero es cuestión de organizarse y hablar con las personas indicadas.

-Me encantaría ser optimista pero no sé, ojalá que se dé a conocer mucho más y se logre. Hay un tema con las tecnologías también, creo q viene acompañado de muchos cambios y de inversiones grandes pero me encantaría, sería un sueño no tener que salir a buscar a otros países porque nos queda todo muy lejos pero me gustaria ser mas optimista de lo que soy

-Es ser realista de cómo es el mercado acá también, a nivel nacional es una industria muy pequeña, hay gente interesada en hacer que funcione pero llega un momento que para crecer tienes que salir para afuera, no hay público ni mercado que logre ni permita crecer

-Si con diego hablamos que el la rema solo con su socio pero claro es como que esta solo es la única fabrica, la unica ta, y el se tiene que sustentar también y tiene que no se me imagino que es difícil también para el

-Es que el me decía que estaba cansado de remarla porque es difícil y justamente y las marcas más masivas tampoco apuestan

-Lo que yo le puedo comprar ni le mueve la aguja claro si realmente una marca, tal cua

-También hablando de costos y rentabilidad tampoco les debe de interesar a las marcas más ansias porque apuntan a un público más genérico que no tiene interés en consumir indumentaria mas cara pero con otro proceso otra calidad bueno ta, lo que le interesa es comprar lo mas barato, es muy difícil que apuesten a eso pero también va en la promocion y educacion que las marcas educar

-Si entramos nosotros ahí tenemos la responsabilidad de mostrar más y hacer más para mostrar el proceso y el paso a paso pero a veces no es suficiente y ahí creo que entramos nosotros en informarle a la gente, el consumidor no tiene porqué saber como se hace y ahí creo que también tenemos un deber los diseñadores no? O bueno los emprendedores

-Buen muchísimas gracias

-¡Mucha suerte y espero que te haya servido!

Entrevista: Leticia Gonzalez de Alterna, 16 de Noviembre de 2023

-Detrás de todas esas marcas hay gente que es un nexo. No estudio, no son ni diseñadora ni bueno, ni técnica ni tampoco tiene que ver que de repente no se, es contador y su hobby es hacer ropa. Pero en realidad capaz no tiene idea y pasa un montón porque en muchas de las marcas y no solo de moda sustentable.

A veces se les es difícil brindar información o desde su cabeza no se que piensan ellos, no?

-Yo trabajé en megatex dos años y una cosa es lo que te dicen y otra lo que realmente es...

-Me planteo que había una demanda mayor pero no a un nivel competitivo pero según él falta promoción y dar a conocer el textil a nivel masivo, que otras marcas apuesten a usarlo. No mucha gente conoce el cáñamo con otra cosa porque hay un desconocimiento del público general

SI está muy estigmatizado la planta en sí y es muy difícil sacar ese estigma. Nosotros lo elegimos además de sus propiedades sino por el desafío a nivel local, lograr que la gente entienda y contar un poco eso? cual es el diferencial, por que esta alejado del cannabis psicoactivo, la planta tiene un montón de beneficios en un montón de rubros que no es solamente lo que se fuma, se entiende?

-Si totalmente pero claro dentro del público asocia el cáñamo con cannabis con la planta la flor fumar. Hay un desconocimiento de que existe otro tipo de planta que es el cáñamo que brinda otra materia prima

Eso es por todo en general, por cómo se vincula la cultura con el tema político socioeconómico son un montón de factores que influyen. Acá es legal y todo lo demás, acá no se produce. Lo que se produce se exporta, es muy difícil conseguir tela de cáñamo ni siquiera meatex tiene para abastecer todo el país y lo que tiene no es 100% cáñamo y estas limitado a eso que

tampoco es una materia prima de excedencia ni que hablar los procesos que tienen que dejan bastante que desear, es difícil acceder la materia prima

Por ejemplo hilanderías no hay, si se planta pero si no hay una hilandería que lleve el producto que lo transforme en hilo para poder tejer no hay hilandería ni textil que teja porque la industria se fundió hace un montón de años entonces es muy difícil por más que se produzca acá si no se puede hilar ni tejer es lo mismo. Acá solo hay hilanderías para lana, para otro tipo de fibras no existen

-Si fue lo que quedo y a lo que se apuesta

-Es lo que sirve a lo que apuntan. Obviamente si se le da otra entidad, otra cabida u otra promoción Uruguay puede ser pionero con el cáñamo al igual que la lana. Eso no existe y estamos bastante lejos de serlo. A mi como emprendedora se me complica conseguir el material. Megatex no siempre tiene, las telas no siempre son lo que dicen venderte. Hay un montón de detallecitos

-Si además tiene una atención y forma de acceder al cliente extraña, no hay mucha predisposición para generar una red de intercambio

-Es muy complicado trabajar con ellos. Es tal cual lo que dices, estando del otro lado siendo cliente es muy difícil contactarlos, coordinar, que cumplan y que hagan lo que pedis porque hacen lo que tienen o cómo tienen la máquina. Es difícil en ese sentido, pasa de que claro es complicado trabajar

Si claro, no hay una seriedad ni orden, es difícil que cualquier emprendedor tenga una producción constante y apueste a usar ese textil, no rinde

-Exacto. O pedir algo y que te manden otra cosa, que tenga fallas la tela. Eso complica un montón. Alterna es una marca de moda sustentable que tiene el cáñamo como estrella pq ha hecho colecciones enteras de cáñamo, Hemos participado en la expo cannabis 1021 y 2022 siendo referentes. Por ejemplo, si bien el cáñamo como primera línea también apostamos a otras fibras para explorar otras cosas pero también porque la accesibilidad es difícil. buscamos la posibilidad de exportarlo, imaginate a lo que hemos llegado que hemos llegado a eso. Supuestamente El cáñamo textil se planta acá, no hay hilandería para hacerlo, se va para afuera y vuelve hecho hilado a la única fábrica que hay que es poco seria, entonces es muy difícil es como buscar.. Nosotros ahora tenemos srck y nos manejamos así, inclusive al nivel de que cuando hay el que se dedica a eso intenta comprar un poco de más porque después no sabes ni cuando ni donde vas a poder conseguir. Pasa un poco eso también

-Eso tampoco permite que nadie apueste ni ningún desarrollo de nada

-Además que la fibra es bastante costosa

-El me dijo que salía el doble que el algodón

-Entonces si bien para alterna si bien como explotamos el producto y a lo que apuntamos que es slow fashion, a nosotros no nos influye tanto porque nuestra pública busca ese diferencial pero en realidad es una tela costosa que después tienes que explicarle a la gente por qué esto vale tanto.

Nos ha pasado que en la expo cannabis nuestra marca va como piña, no hay que explicar nada

Claro pero ese es un público específico pero al público general no entiende si bien hay un crecimiento de gente que busca entender pero la gente en general cuando algo te sale el doble de lo que ves a algo más barato, compran el más barato

Es así, hemos estado en feria Máxima que es una feria recurrente y conocida y la gente no entendía nada. Un público con un nivel adquisitivo y socioeconómico importante.. Una señora cuando le dije que era de cañamazo me decía no, no me digas eso que lucho con mi nieto que deje es droga. Ya pasa a ser ignorante como una tomada de pelo literal. SON un montón de cositas y detalles que tampoco hacen tan fácil toda la cuestión

-Sí, totalmente. Es muy difícil apostar a un textil que se consiga poco, que sale el doble. No es rentable o tienes que limitarte en el diseño para que te salga rentable y la gente lo compre
-Pasa eso también, hay muchas marcas que venden prendas en cáñamo 8 mil pesos... está bien que tenga un valor pero no seas mala, osea..

-Si claro, la gente que consume diseño y más sustentable que tiene un conocimiento es finito

-Claro, muy limitado

-Ya el mercado es pequeño y si te vas a meter en algo específico tienes que saber que no le puedes cobrar 9 mil pesos porque no lo vas a vender...

-La marca referente del cáñamo vinculada a megatex era alterna, mucho después llegó hempa.

Es una lastima que solo exista esa fábrica y que todo el mundo tenga que depender de ella porque no tiene un buen funcionamiento, ni atención. Inclusive yo estaba adentro trabajando, mi parte era encargarme de las marcas que producen ahí.

Yo buscando llegamos al cáñamo y megatex por la búsqueda de las fibras sustentables y

cuando llegué le conté mi cv a Diego y me ofreció trabajo ahí, y estuve casi dos años. Yo llegué a ellos por esta misma búsqueda que haces para la tesis. Peor es raro que hempa no te haya dado respuesta

-Si, es raro

Hay muchas marcas que vi que se nota cuando hay una diferencia entre alguien que sabe lo que está haciendo y la que agarró de hobby tener la marca. Me paso de comunicarme con estos emprendedores cuando hay un establecimiento serio y quien lo tiene como hobby. Fue bastante shockeante que me hayan clavado

-Me parece que el cáñamo es algo espectacular y que está acá para explotar. Si hubiera más facilidades más apoyo en general de todas las partes justamente en lo que es el cáñamo textil es lo que veníamos hablando. No hay ni una hilandería entonces es ahí donde todo se derrumba, la pieza clave no existe. Yo pienso que puede ser muy rentable así como es la lana que se exporta y somos conocidos mundialmente por esa fibra, pienso que el cáñamo podría ser igual si hubiera interés en levantarlo de esa forma ¿no?

-A nivel de promoción estatal por ej. Así como uruguay wools que promocionan la lana a nivel mundial por qué no hacerlo con el cáñamo textil

-Pero no solo para el textil sino para un montón de cosas relacionadas con el cáñamo. Pero todo lo que adelantamos con la legalización, industrialmente sigue parado porque como te digo la accesibilidad al menos para el textil es muy difícil por todos los motivos que conversamos verdad?

-Si quizás si hubiese una organización a nivel de un ente estatal podría

-Si que le quiera dar un poco más de importancia. Por ej la expo cannabis se hizo toda la vida en el latu, ahora se fueran para el roosevelt después de diez años redujeron de 200 stands a 60. ¿Por qué fue?

-Porque no hay interés

-Por todo en general, no por ellos no? sino porque hay un montón de cosas que influyen que deben estar tratando eso. Nosotros no nos presentamos porque el stock que tenemos no nos alcanza para pagar el stand porque son muy costosos y no me cubre las ventas para poder ganar. Y al no conseguir la tela, porque literal lo que te vende megatex no es cáñamo propiamente dicho hoy por hoy no hemos accedido. Mantenemos un stock limitado Estas re limitado y en el tema de exportar es lo mismo, yo ando en vueltas hace un montón de meses y lo otro que tenes es si realmente lo que voy a comprar es lo que me dicen que es.

Lo mismo pasa en megatex. A mi no me da confianza comprarles algo y que sea lo que pedí, porque me podes vender algodón por cáñamo cobrarme dos veces más y ya donde esté teñido es difícil darse cuenta. Yo me doy cuenta porque trabajé ahí.

Son un montón de cosas.

Básicamente no tienes la respuesta, inclusive me pasa con clientes que llegan a mi por cuestión de diseño que me dicen que quieren contactarse con la fábrica pero no reciben respuesta o tienen demoras y cosas así. Yo desde mi lugar no los recomiendo, es muy difícil trabajar con ellos. Lo veía ahí y lo sigo viendo, de marcas en general.

Hay una complejidad grande en poder conseguir la tela para trabajar

-Eso es fundamental, si no existe la tela no hay potencial de crecimiento porque directamente no tenes materia prima

Y al no haber hilanderías es lo mismo, cualquier fibra que surja si no la podes hilados para tejer vas a tener que traerla de afuera gente. Sea lo que sea si no tenes como hilarla de nada va a servir, tiene que mandarse para afuera y volver hecho hilo

-Si es difícil además pensar que venga esa fábrica cuando el resto de la cadena productiva tampoco existe. A menos de que se arme algo de gente que teja y que tenga fin de exportación

-Además de eso, acá no hay nadie capacitado además de los tejedores viejos que son personas de 55 años para arriba. Tienes que traer a alguien que capacite a gente que tenga intereses de dedicarse a esta profesión.

-Si total, si no hay una red de gente capacidad que te de facultades para que te sea rentable el negocio y la oportunidad de crecer, es difícil pensar en un futuro

Preguntas respondidas por la entrevistada previo a entrevista:

-¿En qué año comenzaste _____ (emprendimiento)?

Se comenzó a gestar en agosto del 2020

-¿Como ha evolucionado _____ (emprendimiento) desde que comenzaron? ¿Algo relacionado a la utilización del textil de cáñamo (mayor visibilidad, más promoción, identidad de marca relacionada a este textil) ha aportado a dicha evolución?

Como diseñadora textil comencé buscando innovar en cuanto a diseño en general. La

La búsqueda del material textil fue parte de ese proceso. Las fibras naturales son parte de la identidad de marca de alterna. Dar con esta fibra impulsó nuestro desarrollo.

-Desde que parte del país llevas adelante _____ (nombre del emprendimiento)?
Montevideo, Uruguay

-¿Quiénes conforman _____ (nombre del emprendimiento)? ¿Es un equipo de trabajo o te desempeñas solx?
Es un emprendimiento en pareja

-¿Le dedicas un horario de trabajo fijo a _____ o es variable según algún factor?
Horario de trabajo diario, semanales (procesos productivos que no se pueden interrumpir que hagan al trabajo variable en horas por día, por ejemplo)
No le dedico ningún tiempo fijo. Cuando estamos en proceso de creación de colección, diseño, moldería y demás eso me insume mucho más tiempo. Pero después de que sale el producto ya es diferente. Digamos que sería algo así como por temporadas. Si existe un trabajo de estar atento, generar contenido, la atención al público, etc.

-Además del diseño de las prendas, ¿te encargas de las otras áreas que conforman el emprendimiento (ej: redes sociales, mkt, confección, diseño de empaquetado, e commerce, etc)? ¿Tercerizas algún área del emprendimiento?
Nosotros nos encargamos de todo entre Ale y yo. Yo soy técnica en vestimenta además de diseñadora y tengo la capacidad de hacer el trabajo completo. En conjunto atendemos el tema ventas. Ale se encarga del marketing, redes sociales y comunicación de la marca.

-¿Cuál es su método de producción? ¿Es a demanda? ¿Por encargo?
¿Pequeñas/medianas/grandes cantidades de stock por producto?
Somos una marca de slowfashion con un importante compromiso por el cuidado del medioambiente y la sostenibilidad. Todos nuestros diseños se realizan en cantidades reducidas y de manera casi que exclusiva. Pero no trabajamos a demanda siempre contamos con un pequeño stock.

- _____ (nombre del emprendimiento), ¿es tu fuente de trabajo principal o lo llevas como una fuente de ingreso secundaria?
Es nuestra fuente de ingreso secundaria. Ya que yo me dedico a asesorar otras marcas de moda y brindo mis servicios como técnica en vestimenta y diseñadora freelance. Nuestro modelo de negocio no es masivo ni pretendemos serlo por una cuestión ética. Eso paralelamente nos lleva a no poder vivir únicamente de ella. Sin contar que no es mucha la gente que reconoce este tipo de marcas.

-¿A través de qué canales se desempeña _____ (nombre del emprendimiento)? (Ej: tiene tienda física propia o multimarca, vendes por redes sociales únicamente, te presentas en ferias?)

Vendemos online. Nos presentamos en distintas ferias y exposiciones relacionadas a nuestro lineamiento. Y actualmente estamos probando en un local físico multimarca.

-, _____ (nombre del emprendimiento) se enfoca solo en la confección de ¿Indumentaria de textil de cáñamo? (En el caso de que no, ¿Qué otros productos realiza? ¿Por qué? ¿Tienen que ver con el cáñamo?)

Alterna es una marca de moda sostenible. Y dentro de la sustentabilidad las fibras naturales son sus aliadas.

-¿Siempre utilizaste este textil o fue algo que adoptaste luego de lanzado el emprendimiento?

Fue algo que adoptamos luego. Estudiando los distintos textiles en el mercado uruguayo.

-¿Por qué tomaste la decisión de utilizar textil de cáñamo en tu emprendimiento?

Por sus propiedades y cualidades. No solo beneficiosas con nuestra piel sino con el medio ambiente. Nos pareció muy interesante poder desestigmatizar todos los prejuicios que rodean a la planta. Y un completo desafío comunicarlo de manera profesional y hacerlo nuestro aliado en cuanto a moda. Es una fibra que contiene filtro uv natural, hipoalergénica, termoreguladora de temperatura... Es la suprema en cuanto a sustentabilidad y beneficios para nosotros.

-Megatex, fábrica textil nacional, produce desde el 2021 textil de/con cáñamo: ¿El

¿El textil de cáñamo que utilizas es el producido por dicha fábrica?

Conocimos la fábrica justamente en la búsqueda de fibras naturales. Al momento de contactar con ello me ofrecieron trabajar como técnica en vestimenta allí y acepté. Estuve más de un año y medio. En paralelo fueron nuestro proveedor textil de cáñamo. Conocer de primera mano el rubro y estando ahí adentro me encontré con una realidad que no acompaña lo que transmiten en muchos aspectos. Hoy por hoy ya ni yo trabajo con ellos ni ellos tampoco son nuestros proveedores. Estamos en búsqueda de nuevos proveedores, también explorando otras fibras naturales y hasta estudiando la probabilidad de traerlo de afuera.

-¿Qué tipología de prendas confeccionas para _____ (emprendimiento)?

Somos una marca unisex y casual

-¿De donde surge la decisión de realizar este tipo de prendas? (El mercado, las características del textil permiten realizar este tipo de prendas, etc)

No tomé ningún tipo de decisión. La marca no se encasilla en ningún tipo de género.

-¿Cuáles son los beneficios de apostar por el textil de cáñamo para tu emprendimiento?

Creemos que es un mercado en expansión. Y creemos en esa transición de consumo responsable! Por ende nos incentiva apostar a ese público.

Desde alterna nos gusta expresarnos, contar y transmitir

-¿Es un diferencial utilizar textil de/con cáñamo, en relación a otros emprendimientos de indumentaria a nivel nacional?

Si claro! Es el diferencial. Por todo lo que venimos hablando anteriormente.

-¿Cuál es la propuesta de valor del emprendimiento? ¿Crees que los productos con ¿Estos textiles aportan a la propuesta de valor del emprendimiento?

Las fibras que elige, la innovación, el diseño de autor! La atemporalidad de los diseños, su versatilidad y calidad. Alterna es una marca rebelde! Que intenta de transmitir la posta en En cuanto al medioambiente, la industria de la moda en general es el slow fashion, el fast fashion.

Una marca con un lineamiento ético desde el comienzo hasta el fin.

Obviamente el cáñamo y las fibras naturales aportan a la marca

-¿Resulta económicamente sostenible para _____ (nombre del emprendimiento) utilizar textil de cáñamo?

Si, no ha sido un problema.

-¿Existe una demanda por indumentaria realizada con textil de/con cáñamo en el mercado local?

No la hemos visto realmente. En la expo cannabis le vendimos más a extranjeros que al público local y en los eventos de moda nadie tiene idea de nada y el estigma sobre la fibra es terrible. Claramente es un tema de desinformación cultural general

-¿Los niveles de producción se mantienen estables a lo largo del año o existen períodos de mayor demanda?

No existen periodos de mayor demanda!

-¿Qué modalidades de venta tienen? (comercialización directa a consumidores, intermediarios: comercios, mayoristas, red propia con representantes, agencias, puntos de venta, venta a través de internet)

-¿Puedes definir a un público objetivo para _____ (emprendimiento)?

Un público consciente e informado! Que busca calidad y diseño.

De industria Nacional

-¿Es en su mayoría nacional o visualizas una demanda a nivel regional/internacional?
Ambas! Recibimos muchas preguntas desde el exterior pero es un poco de todo.

-A lo largo de los años que llevas ____ adelante, crees que este público ha ido cambiando?
Si y no...

-¿Crees que ha aumentado, a nivel nacional, la utilización de textiles de/con cáñamo en otros emprendedores y/o marcas de indumentaria ya existentes o has visualizado el surgimiento de nuevos emprendimientos que utilicen estos textiles?
No he visualizado muchas marcas la verdad...

-¿Por qué crees que esto ha sucedido?
Por el costo de la fibra, la poca accesibilidad a ella. La desinformación sobre la misma... El estigma a la planta, su poco desarrollo productivo etc.

-Dentro del territorio nacional, ¿puedes definir una zona en particular en la cual tu emprendimiento se desempeña mejor? (Si se puede, ¿crees que existe una razón por la cual se concentra dentro de este sector del país?)
En montevideo es más en una zona socioeconómica media/alta por una cuestión de información y conocimiento sobre todo en general.

-¿Apuestas al crecimiento más allá del territorio nacional?
Por el momento no. Porque vemos muy difícil el tema de la accesibilidad a la materia prima en sí.

-¿Es el textil de cáñamo un punto de partida para potenciarse como micro emprendedor de diseño textil en Uruguay?
Creemos que sí pero falta apoyo en general. A nivel educacional, industrial, político, etc.

-¿Crees que existen herramientas/estrategias de marketing específicas que puedes utilizar en _____ (emprendimiento) ya que tu emprendimiento apuesta por la utilización de textil de/con cáñamo producido en el Uruguay? -¿Podrías determinarlas?
Si, podríamos tener otro tipo de canales de difusión como ser publicidad en general. Radio, televisión y un marketing bien aplicado. No lo tenemos porque no lo podemos costear en este momento.

-¿Crees que otros micro emprendimientos de diseño textil podrían beneficiarse al utilizar y apostar por el textil de cáñamo? ¿De qué manera?
Si claro. Todo lo que es en fibras naturales tiene beneficios! Hay que saber aplicarlos y llevarlos a cabo.

-Según un informe publicado por el MGAP en el 2020, uno de los principales desafíos para el Cáñamo Industrial a nivel comercial es la apertura de mercados y canales de comercialización. ¿Crees que el textil de cáñamo, al igual que la lana, podría consolidarse como un producto que propicie la apertura de mercados y el desarrollo de micro emprendimientos de diseño textil nacional?
¡Si obvio! De conseguirlo sería espectacular

Desde tu perspectiva de emprendedor/a, ¿cómo podría darse este fenómeno a nivel nacional?
Con más apoyo desde el estado hacia el desarrollo del cáñamo industrial en general. Nosotros no tenemos hilandería para desarrollar hilado de cáñamo eso ahí ya es una traba en nuestro rubro y las textiles se fundieron todas hace años...

-¿Crees que beneficiaría al emprendimiento si hubiese mayor apoyo estatal desde la promoción del textil a nivel nacional?
Claramente!

Por último y como modo de cierre, ¿Cuál es tu proyección del textil de/con cáñamo en nuestro país?
Si hubiera más y mejor accesibilidad a él sería todo más fácil. Desde comunicar, hasta vender el producto.

Entrevista: Selva Juana, 12 de Noviembre de 2023

-¿En qué año comenzaste _____ (emprendimiento)?
En el año 2020

-¿Como ha evolucionado _____ (emprendimiento) desde que comenzaron? ¿Algo relacionado a la utilización del textil de cáñamo (mayor visibilidad, más promoción, identidad de marca relacionada a este textil) ha aportado a dicha evolución?
Arranque yo confeccionando prendas en tejido plano, viendo como iban saliendo las cosas. Enseguida que vi que había una llegada y poder crecer encontré como de suerte un taller de tejedores en Colonia que comencé a trabajar prendas tejidas y eso fue lo que realmente hizo que la marca se estableciera. Seguimos creciendo, adoptando nuevas telas, el cáñamo por ejemplo y fui probando que servía y que no. Hace poco tuve el incentivo de ANDE para poder impulsar más la marca. Nos hemos presentado en varias ferias, mowweek por ejemplo

así como también ferias de moda sustentable como mola. En este último tiempo la marca fue virando y además de seguir con esto de telas de origen natural, estoy optando por textiles más de noche y ese tipo de prendas además de lo de siempre que son buzos y prendas tejidas, camisas leñadoras y buzos de algodón.

-Desde que parte del país llevas adelante _____ (nombre del emprendimiento)?

Desde Maldonado, soy de acá y siempre me manejé desde acá

-¿Quiénes conforman _____ (nombre del emprendimiento)? ¿Es un equipo de trabajo o te desempeñas solx?

Hago todo yo sola, me dedico desde el diseño, las redes, ecommerce y todo eso. Mi novio me ayuda en lo audiovisual y la página web

-¿Le dedicas un horario de trabajo fijo a _____ o es variable según algún factor? Horario de trabajo diario, semanales (procesos productivos que no se pueden interrumpir que hagan al trabajo variable en horas por día, por ejemplo)

Es variable, no podría definir una hora fija. Estoy pendiente todo el día de la marca, sea en el taller organizando, hablando con proveedores o ultimando detalles, haciendo contenido o en la calle enviando pedidos y fijándome las redes.

-Además del diseño de las prendas, ¿te encargas de las otras áreas que conforman el emprendimiento (ej: redes sociales, mkt, confección, diseño de empaquetado, e commerce, etc)?

¿Tercerizas algún área del emprendimiento?

Me encargo de todo menos de la confección que mando a hacer. Tercerizo a talleres lo que es tejido plano y tejido de punto tengo mis tejedores en Colonia y otros lugares del país. Lo otro que tercerizo digamos sería todo lo que es producciones de fotos que trabajo con modelos y con mi pareja que trabaja en audiovisual y me da una mano con eso.

-¿Cuál es su método de producción? ¿Es a demanda? ¿Por encargo? ¿Pequeñas/medianas/grandes cantidades de stock por producto?

Manejo un stock pequeño dependiendo la prenda. Ya sé más o menos lo que se vende más y voy viendo según la demanda. Pero tengo siempre un stock y cada tanto repongo, avisando antes en las redes obvio.

- _____ (nombre del emprendimiento), ¿es tu fuente de trabajo principal o lo llevas como una fuente de ingreso secundaria?

Es mi fuente de trabajo principal. Es más, arranque con la marca porque no quería tener ni depender de nadie para tener mis ingresos y como yo hacía cursos de costura empecé a confeccionar yo y bueno, luego fue creciendo, tercerizando la producción y yendo por otros lados como lo fue el ejido de punto.

-¿A través de qué canales se desempeña _____ (nombre del emprendimiento)? (Ej: tiene tienda física propia o multimarca, vendes por redes sociales únicamente, te presentas en ferias?)

Me gusta decir que somos nómades. Estamos ahora en una multimarca en Salto pero hemos estado presentes en otros lugares como José Ignacio y Montevideo. Pero lo principal es la web. Ese es el punto de venta más importante.

-¿Siempre utilizaste este textil o fue algo que adoptaste luego de lanzado el emprendimiento? No, nos enfocamos en la indumentaria con textiles de origen natural y sustentables. El cáñamo lo encontré y adopté en Selva en el 2021 cuando vi que estaban haciendo la tela acá, sentí que fue un upgrade a mi marca porque le dio un diferencial a toda la propuesta

-¿Por qué tomaste la decisión de utilizar textil de cáñamo en tu emprendimiento? Porque quería implementar una tela que siguiera el camino sustentable y que además fuese algo novedoso y me encontré con el cáñamo en esa búsqueda.

-Megatex, fábrica textil nacional, produce desde el 2021 textil de/con cáñamo: ¿El textil de cáñamo que utilizas es el producido por dicha fábrica?
Si

-¿Qué tipología de prendas confeccionas para _____ (emprendimiento)? A la vez es una marca delicada y versátil, porque cada prenda se puede usar para distintas ocasiones. Los vestidos tejidos están pensados para realzar la figura y se adaptan a distintos talles. Una prenda que puede ser usada para la playa, cambiando los accesorios se puede transformar en un vestido para la noche, y con una sobrecamisa crea un look informal y diurno. Eso también la convierte en una compra inteligente
Tratamos de incorporar prendas que estén en tendencia, pero mantenemos moldería que sean sencillas por lo general.

Guión entrevista a Alvaro Carámbula

-¿Cuál fue tu rol como director ejecutivo de Uruguay XXI durante tu mandato desde el 2015?

-En tu periodo como director, estuvo dentro de la agenda promocionar la industria textil nacional?, me refiero a marcas, artesanos, materiales y/o técnicas propias del país

-¿Cuál fue el incentivo de Uruguay para legalizar y regularizar el plantío de cáñamo en nuestro país?

-Durante tu período, ¿existió interés en promover el crecimiento de la industria de cáñamo industrial y específicamente del textil de cáñamo en nuestro país dado que ya estaba regularizado desde el año 2013 el plantío y explotación de la planta? Sí/No, ¿Por qué?

Yendo más hacia tiempos actuales,

Según un informe publicado por el MGAP en el 2020, uno de los principales desafíos para el Cáñamo Industrial a nivel comercial es el establecimiento y consolidación de las cadenas

agroindustriales.

-Otro de los desafíos que planteó el MGAP en su informe del 2020 fue la apertura de mercados y canales de comercialización.

-¿Crees que ha habido un avance hacia lograr estos desafíos? -¿Cuál es el estado de esta industria en nuestro país hoy?

-¿Por qué no apostar también al establecimiento y promoción de un textil el cual la materia prima se planta en nuestro país desde la regularización del cannabis en 2013 y desde 2021 se manufactura la tela en el mercado local?

-Crees que si existiese una organización entre los micro emprendedores y Megatex, ¿podrían trabajar en conjunto con Uruguay XII para gestionar herramientas que promuevan el cáñamo textil en nuestro país? Es decir, que vayan a buscar este ente para generar un crecimiento colectivo y se enriquezcan mutuamente.

-Hace poco tiempo, se invitaron a diseñadoras de EEUU a nuestro país para recorrer la cadena productiva de la lana y visualizar productos de diseño textil nacional utilizando el material con el fin de promover el uso de la lana uruguaya en el exterior, ¿Se podría pensar a futuro en generar este tipo de intercambios con emprendedores que utilizan textil de cáñamo?

-Desde tu perspectiva, ¿es posible pensar en el textil de cáñamo, aun novedoso y desconocido por el imaginario colectivo, como una vía de desarrollo de los micro emprendimientos de diseño textil nacional?

¿Cuál es tu proyección del textil de/con cáñamo en nuestro país?

Entrevista a Antonio Carambula, ex director ejecutivo de Uruguay XXI - 10/01/2024

-¿Cuál fue tu rol como director ejecutivo de Uruguay XXI durante tu mandato desde el 2015?

Somos la agencia responsable de la promoción de exportaciones, inversiones e imagen país. trabajamos para potenciar la capacidad exportadora y la competitividad de las empresas uruguayas, para promover al país como un destino atractivo para las inversiones productivas y para impulsar la marca país uruguay en el mundo.

colaborar al desarrollo de uruguay promoviendo el arribo de inversiones extranjeras productivas, generadoras de empleo calificado en diversas áreas y apoyando a las empresas uruguayas para que inicien el proceso de exportación o fortalezcan sus operaciones a nivel internacional. posicionar internacionalmente al país, facilitar el ambiente de negocios y ser referentes en la generación y difusión de información de inteligencia comercial.

trabajamos principalmente desde la presentación al exterior participando en ferias, actividades de difusión e internalización en todas partes del mundo en el que pueden encontrarse misiones comerciales al exterior e inversas (de compradores que llegan a Uruguay), congre-

sos, convenciones, visitas al interior, talleres de acceso a mercados y de otros temas de interés para exportadores, así como ferias comerciales internacionales y de inversiones.

-En tu periodo como director, estuvo dentro de la agenda promocionar la industria textil nacional?, me refiero a marcas, artesanos, materiales y/o técnicas propias del país

No, la industria textil nacional es poco competitiva a nivel regional e internacional. En estos momentos es imposible competir con china en todos los sentidos. Desde los precios hasta pensar en niveles de producción. El sector en Uruguay no está preparado para atender a grandes demandas y tampoco tiene la tecnología como para colocarse en un nivel de competencia con otros países productores como china, o Brasil para no irnos muy lejos. Entonces nunca estuvo en la agenda de promoción nada que tuviese que ver con esto, nos enfocamos más que nada en organizar y participar en las diferentes ferias y actividades en el mundo, te digo Dubai, China y otros países de Europa con el fin de presentar al país a nivel internacional.

-¿Cuál fue el incentivo de Uruguay para legalizar y regularizar el cultivo de cáñamo en nuestro país?

Se vio una oportunidad porque en América era algo que no era legal y Uruguay fue pionero en gestionar y regularizar el sector, lo que atrajo en un principio a ciertas empresas de afuera. Fue algo que sucedió de la mano de la legalización del consumo recreacional del cannabis y tenía como fin establecer empresas de afuera que generasen semillas y flores para exportar. Nosotros nos promovemos desde ese lado y se hizo mucho hincapié en no promover el turismo canábico ni mucho menos la venta a extranjeros de cannabis en las farmacias, el foco estaba ahí.

Lo que pasó además fue que si bien se intentaba generar y abrir nuevos mercados que tuviesen que ver con esto, cosas muy puntuales y de una escala bajísima, era difícil lanzar al mercado o promover ciertas cosas porque existían del lado del ministerio de salud pública diferentes trabas en torno a los niveles de THC de las cosas, aunque hubiesen productos que se supone no contenían ningún grado de esto dado que el foco era el CBD o cosas por el estilo. Se logró exportar flores en un momento dado pero como te digo, era bastante difícil dado las regulaciones y las trabas desde el ministerio. Todo esto generaba también una inestabilidad en el control y nivel de calidad de las cosas que se generaban acá que eso no se puede ni pensar en vender al exterior, vos no puedes vender una crema con CBD que varían los grados de los componentes según la tanda que sea. Se exige afuera un control y una responsabilidad que si no lo mantienes no puedes pensar en promocionarte desde ese lado.

Todo esto generó una incontinuidad en el sector que actualmente, según los números que manejo, no son muy buenos. Teniendo en cuenta de que a lo largo de los años otros países comenzaron a regularizar al igual que Uruguay, generando más competencia y disminuyendo aún más las posibilidades de Uruguay de crecer en este sector dado lo que te comentaba anteriormente. Quedan algunas empresas actualmente pero nada significativo para el país y ya no se está queriendo invertir en esto. Fue una oportunidad que se perdió lamentablemente.

-Durante tu período, ¿existió interés en promover el crecimiento de la industria de cáñamo industrial y específicamente del textil de cáñamo en nuestro país dado que ya estaba regulari-

zado desde el año 2013 el plantío y explotación de la planta? Sí/No, ¿Por qué?

No, por todo lo que te explique antes. De las empresas que vinieron a plantar fueron todas pensadas para el cannabis medicinal o genética de semillas, no hubo ninguna empresa, por lo menos cuando yo estuve con interés de invertir en todo el área del textil de cáñamo. Ahora con los números que manejo, no te quiero decir algo con certeza porque no tengo la información pero desconozco que exista un interés por esto ahora.

No hay interés en promover algo que no te brinda las garantías suficientes de lograr una continuidad en niveles de producción, estándares de calidad y un precio competitivo.

-¿Actualmente visualizas un cambio en esta postura?

Yendo más hacia tiempos actuales,

Según un informe publicado por el MGAP en el 2020, uno de los principales desafíos para el Cáñamo Industrial a nivel comercial es el establecimiento y consolidación de las cadenas agroindustriales.

-Otro de los desafíos que planteó el MGAP en su informe del 2020 fue la apertura de mercados y canales de comercialización.

-¿Crees que ha habido un avance hacia lograr estos desafíos? -¿Cuál es el estado de esta industria en nuestro país hoy?

-A partir de entrevistas a micro emprendedores que utilizan el textil actualmente en Uruguay, logre visualizar que estos son en su amplia mayoría micro emprendimientos; reconocen que sus públicos objetivos son de nicho y que el público en general desconoce que existe un mercado de indumentaria nacional con textil que surge a partir del cáñamo/cannabis. Muchos emprendedores alegan que es un textil estigmatizado por su origen, estigma dado por el desconocimiento.

Si se promoviera esta tela, desde Uruguay XXI, con el fin de dar a conocer el origen y los beneficios del textil, como una novedad en la industria nacional ya que se comercializa en Uruguay desde 2021, se podrían ampliar los mercados de explotación del textil para estos emprendimientos contribuyendo a su desarrollo a nivel nacional.

-¿Por qué no apostar también al establecimiento y promoción de un textil el cual la materia prima se planta en nuestro país desde la regularización del cannabis en 2013 y desde 2021 se manufactura la tela en el mercado local?

-Crees que si existiese una organización entre los micro emprendedores y Megatex, ¿podrían trabajar en conjunto con Uruguay XII para gestionar herramientas que promuevan el cáñamo textil en nuestro país? Es decir, que vayan a buscar este ente para generar un crecimiento colectivo y se enriquezcan mutuamente.

Si se organizan creo que se podría ir y plantear inquietudes para poder generar algo si, tendrían que organizarse. Por lo que te comente anteriormente tampoco le veo mucho futuro a todo esto, ni que hablar lo textil que aún menos se invierte en eso.

-Hace poco tiempo, se invitaron a diseñadoras de EEUU a nuestro país para recorrer la cadena productiva de la lana y visualizar productos de diseño textil nacional utilizando el material con el fin de promover el uso de la lana uruguaya en el exterior, ¿Se podría pensar a futuro en generar este tipo de intercambios con emprendedores que utilizan textil de cáñamo?

-Desde tu perspectiva, ¿es posible pensar en el textil de cáñamo, aun novedoso y desconocido por el imaginario colectivo, como una vía de desarrollo de los micro emprendimientos de diseño textil nacional?

¿Cuál es tu proyección del textil de/con cáñamo en nuestro país?

No muy buena, no quiero sonar desalentador ni pesimista pero bueno, la realidad es que el sector cannabis en general esta en decrecimiento y del textil nunca hubo un movimiento hacia eso, no te voy a afirmar nada porque desocno

