

Revista - Periódico

El Peletero

Fundado el 22 de julio de 1996, en el barrio Restrepo - Bogotá - Colombia



Distribuidores exclusivos de hilos



Historia familiar... historia de vida empresarial

EL PONY PIELES Y VIRAS S.A.S.: 53 AÑOS FABRICANDO CALIDAD, HONRANDO NUESTRO LEGADO E INNOVANDO PARA EL FUTURO

Evolución y adaptación de una industria.

Hablar de EL PONY PIELES Y VIRAS S.A.S. es hablar de una historia familiar construida con trabajo, honestidad, perseverancia y un profundo amor por la industria colombiana del calzado y la marroquinería.

Hoy queremos comenzar honrando la memoria de JAIRO HERNAN BETANCOURT HENAO, quien falleció el 26 de enero de 2026, cariñosamente conocido por sus amigos y clientes como 'El Pony', quien fue gerente y fundador de la empresa junto a su padre Heliodoro Betancourt.

Jairo 'El Pony' creció entre talleres de zapatería, almacenes de calzado y negocios del tradicional barrio Restrepo de Bogotá. Desde joven conoció el esfuerzo de los fabricantes, la creatividad de los diseñadores y la importancia de cada material dentro del proceso de elaboración de un buen producto. Fue allí donde Dios le permitió desarrollar sus talentos, fortalecer su vocación comercial y descubrir el cariño que siempre sintió por este sector.

Su camino comenzó al lado de su padre en la empresa Forros y Viras El Príncipe. Allí se formó como vendedor, aprendió a conocer las necesidades de cada cliente y entendió que una relación comercial duradera debía basarse en la confianza, el cumplimiento y la calidad.

Con el paso de los años asumió nuevas responsabilidades, se convirtió en gerente y acompañó la transformación de la empresa, que posteriormente adoptó el nombre de EL PONY PIELES Y VIRAS S.A.S.

Fue un hombre exigente con la calidad y el orden, alegre, conversador



Jairo Hernán Betancourt

y cercano. Disfrutaba estrechar la mano de sus amigos, recibir a los clientes y compartir una buena conversación. Muchos lo recuerdan por su simpatía, espontaneidad y capacidad para generar confianza.

En su vida familiar fue un buen esposo, un excelente padre y un hijo amoroso. Siempre honró, admiró y amó profundamente a su padre, con quien compartió no solamente una empresa, sino también una historia de esfuerzo, aprendizaje y sueños.

Jairo Hernán Betancourt Henao partió al cielo, pero su legado continúa. Con la ayuda de Dios, su familia y el equipo de EL PONY PIELES Y VIRAS S.A.S. mantienen el compromiso de seguir adelante, conservando los valores que guiaron su vida y amor por el gremio del calzado y la marroquinería.

UNA NUEVA COLECCIÓN PARA UNA NUEVA TEMPORADA

Como parte de este compromiso con la innovación, EL PONY PIELES Y VIRAS S.A.S. presenta su nueva colección de viras para la temporada de fin de año.

Esta propuesta ha sido desarrollada pensando en fabricantes y diseñadores que buscan elementos capaces de aportar carácter, fuerza y diferenciación a cada referencia de calzado.

La colección incluye viras gruesas, con personalidad y puntadas largas, que resaltan el diseño del zapato.

De esta manera, la vira deja de ser solamente un componente funcional y se convierte en un elemento protagonista dentro de la propuesta estética del calzado.

Las nuevas referencias se fabrican en materiales como salpa italiana y cuero, así como en opciones especialmente desarrolladas para ser utilizadas en suelas de inyección en TR, PVC y TPU.

En el calzado femenino, una de las combinaciones con mayor potencial es la unión de la vira con el tacón forrado

en esterilla. La mezcla de texturas aporta una apariencia artesanal, elegante y diferenciadora, haciendo que cada diseño tenga una identidad especial y resulte más atractivo para el consumidor final.

53 AÑOS DE EXPERIENCIA E INNOVACIÓN

Son ya 53 años de experiencia en la fabricación de viras y forros para tacón. Durante más de cinco décadas, la empresa ha acompañado la evolución de la industria, adaptándose a nuevos materiales, tecnologías, estilos de consumo y exigencias del mercado.

Esta trayectoria nos ha permitido adquirir un conocimiento profundo de los procesos de fabricación y de las necesidades reales de los empresarios del sector, trabajando permanentemente en el desarrollo de nuevos diseños, materiales, texturas y acabados.

La responsabilidad ambiental también forma parte del legado de la empresa. Seguimos comprometidos con la búsqueda de procesos y



materiales que permitan avanzar hacia una producción más respetuosa con el entorno.

UN PORTAFOLIO MÁS COMPLETO

Además de nuestra línea de fabricación de viras y forros para tacón, continuamos fortaleciendo la comercialización de cauchos expandidos para suelas, siendo los distribuidores exclusivos de la marca DAVOS de Italia.

Nuestro propósito es brindar a los clientes un portafolio cada vez más completo, que les permita encontrar diferentes soluciones en un mismo lugar y contar con el acompañamiento de un equipo que conoce ampliamente el sector.

A esta propuesta se suma nuestra nueva alianza con Hilos LINHANYL, una marca reconocida por su calidad, resistencia y variedad.

A través de esta alianza, EL PONY PIELES Y VIRAS S.A.S. se convierte en comercializador exclusivo de la marca para Colombia, acercando al mercado nacional una línea de hilos de altísima calidad.



La colección de hilos Linhanyl ofrece una amplia variedad de tonos, pensada para responder a las necesidades de un mercado colombiano creativo, dinámico y exigente.

También reafirma nuestro compromiso de acercar a los empresarios colombianos productos de nivel internacional que contribuyan a mejorar la calidad y presentación de sus productos terminados.

EL FUTURO SE CONSTRUYE SOBRE UN GRAN LEGADO

El futuro de EL PONY PIELES Y VIRAS S.A.S. se construye sobre una historia de familia, trabajo y amor por el gremio.

Honar la memoria de Jairo Hernán Betancourt significa mantener vivos sus principios, cuidar la confianza construida durante tantos años y continuar trabajando con la misma responsabilidad que él exigía.

Hoy miramos hacia adelante con esperanza, gratitud y determinación, contando con una experiencia de 53 años, un equipo comprometido y una familia dispuesta a continuar el camino.

Porque cuando un legado se construye con honestidad, amor y perseverancia, no termina con una despedida. Se transforma en inspiración, compromiso y fuerza para continuar construyendo el futuro.

*Escrito por equipo de Gerencia Comercial.



ABELARDO DE LA ESPRIELLA, CON LAS BOTAS PUESTAS

Ver página 20.



Escanéame

REVISTA-PERIÓDICO www.elpeleterovirtual.com

El Peletero

30 AÑOS AL PIE DE LOS INDUSTRIALES DEL CALZADO Y AFINES



ISSN 1794-5526

EDICIÓN No. 196
DIGITAL E IMPRESA
Agosto 2026
DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Correo: Peletenaz@gmail.com - WhatsApp: 315 601 2901

Líderes en zapatos clásicos y artesanales

EL CALZADO COLOMBIANO, A OTRO NIVEL

El liderazgo que ostenta hoy Colombia, a nivel internacional, en la fabricación de calzado clásico o artesanal, es el resultado de la persistencia de los ingeniosos zapateros, que parecen inmunes: entre más difícil sea la situación económica y social, más tendencias lanzan al mercado, lo cual es reconocido por quienes eran amos de la producción de calzado hecho a mano.

Los italianos, considerados como los ‘papás’ del zapato clásico, no lo hacen como antes, la tecnología desplazó ese estilo. Los españoles, aunque persisten, han disminuido la fabricación por carencia de operarios calificados, mientras que los asiáticos intentan copiar, y en calidad no logran el artículo ideal, según expertos y operarios colombianos, especialistas en guarnición y montaje, que laboraron en el exterior. El calzado colombiano hecho a mano está a otro nivel en el mundo, lo cual debe ser aprovechado al máximo para exportar, dicen. /VER PÁGINAS.



Calzado de ensueño
Foto: Cortesía Richardson.



Sparta shoes



En tu camino...

☎ 278 2458 📞 312 397 8053 📍 Diagonal 17C Sur # 25-98 - Barrio Restrepo - Bogotá ✉ spartashoes@hotmail.com 🌐 www.spartashoes.com.co

NEGOCIOS EN LA IFLS

Más de 350 empresarios lanzan nuevas tendencias en la Feria del Calzado de Bogotá. / VER PÁGINAS 6 y 37

CONMEMORAMOS 30 AÑOS

El aniversario se celebró con una misa en el Restrepo / VER PÁGINA 39

Editorial Agosto 2026

NUEVOS PASOS, NUEVOS RETOS

Por: José Yesid Angulo Campos
 Director-Fundador del Periódico El Peletero

La idea de un periódico nació hace 30 años para rendirles tributo a los protagonistas de la industria del calzado, confecciones y afines, a quienes, pese a ser bastiones del empleo y de genialidades, los gobiernos continúan en mora de reconocerles su compromiso social y económico.

No figuran en los grandes proyectos e inversiones, como si lucir zapatos y vestirse no hicieran parte de la dignificación de la gente.

Da la impresión de que los Padres de la Patria se sienten más elegantes y cómodos con trajes europeos y asiáticos. Pareciera que les importa un carajo lo que hay detrás del Sistema Moda: mano de obra, riqueza, impuestos, bienestar e identidad de país.

Los zapatos y vestuario extranjeros ingresan por toneladas y nadie los ve; solo quienes los compran en el mercado informal, son testigos. Las autoridades no, lo cual es lamentable. El apagón de motores está dejando a miles de operarios sin el pan de cada día, ante la carencia de un control eficaz, por aire, mar y tierra, para contrarrestar el arrasamiento chino, que se muestra incontenible.

Cada gobierno ha prometido una guerra sin cuartel al mercado negro de prendas de vestir y a la hora de la verdad, no pasa nada... defiéndose quien pueda. Así se quiera sobrevivir, el precio de los artículos asiático, vence a los colombianos, quienes han tenido que importar para no desaparecer del comercio, causándole un enorme daño a los fabricantes de zapatos y ropa, quienes están vendiendo la pequeña y alta tecnología por kilos. Parece una mentira,

pero no; es inocultable la situación, lo cual pide medidas urgentes del Estado.

Los zapateros, confeccionistas y afines, ahora esperan el milagro del presidente Abelardo De La Espriella, quien ha prometido orden y fortalecer los sectores que garanticen mano de obra, lo cual, si se cumple, sería una oportunidad para los actores de la industria de la moda, que tienen demasiado que aportar al desarrollo empresarial.

Es tanto el potencial de los colombianos, que están en capacidad de vestir de pies a cabeza a los venezolanos, ecuatorianos y peruanos, al igual que a los centroamericanos, suramericanos, estadounidenses y canadienses, que viven enamorados de los zapatos y ropa con registro colombiano.

Eso lo sabe, y de memoria, el vicepresidente José Manuel Restrepo Abondano, quien posee la experiencia para hacer de Colombia un modelo en calzado y ropa.

Para lograrlo, habrá que dejar tantos paños de agua tibia y actuar de acuerdo a las normas, castigando a quienes lavan activos, contrabandean y tienen montada una red que se convirtió en una acaba economías barriales, empobreciendo a zapateros y confeccionistas, que eran dueños de las famosas famiempresas, de las cuales quedan pocas, y ha llegado la hora de reactivarlas, utilizando un principio: primero lo nuestro, después lo importado ilegal. Para derrocar a los tramposos de la moda, se tiene que contar con los consumidores, que se están dejando llevar por el costo, los colores y los diseños. Por elegir



José Yesid Angulo Campos

marcas extranjeras, resultan engañados: la calidad no corresponde al producto y no tiene cambio, tampoco devolución de dinero; en pocas palabras, son artículos para una o dos posturas, no soportan el agua y el detergente, que se encargan de mostrar que no todo lo que brilla es oro.

En cambio, los zapatos y la ropa fabricados en Colombia son estilos exclusivos, prendas con garantía, que soportan el uso y el abuso. Los consumidores, especialmente los jóvenes, por 'carecer' de cultura de compra, mientras aprenden tendrán que cubrirse los pies y el cuerpo con trajes desechables que, inclusive, podrían comprometer la salud; pocos conocen los componentes con los que hacen los materiales y el producto final.

Los asiáticos, especialmente los chinos, son expertos en transformar lo que sea, con tal de apoderarse de los mercados. Han estudiado el poder adquisitivo, según el comercio, manejan el precio. De acuerdo a las economías, garantizan ventas, antes de abordar los enormes medios de transporte, que los lleva al lugar elegido.

Muchos observan ese actuar con envidia y rabia, otros lo ven como un aprendizaje, no para competirles en cantidades, más bien para conocer donde tienen que llegar con zapatos y ropa que marquen la diferencia. No todos compran lo barato, en medio de la pobreza y la miseria también existen ricos, a quienes les encanta vestirse como reyes.

Colombia cuenta con zapateros y confeccionistas de quienes no

se sabe cuándo alcanzarán los anhelados comercios masivos y élites, con la seguridad de que tendrán una acogida inmensa, por ser prendas, en cuero.

Con el respaldo del gobierno, la industria de la moda de Colombia será más competitiva; se tiene el talento y los productos para lograrlo... para dar el gran salto.

Es el momento de manifestarles a nuestros dirigentes, empresarios, analistas de contenido, a patrocinadores, lectores, amigos y a la familia, que el Periódico El Peletero está vivo y coleando, que gracias a su motivación, confianza y aportes intelectuales, a diario, me (nos) inspiran a contar cosas que llevan en cuerpo y alma mis admirados e inteligentes zapateros y confeccionistas, que son orgullo de la humanidad.

Luis Alfredo Alba Pinzón (El Tigre), Luis Enrique Gómez (El Padrino), José Miguel Piedrahita, Manuel Bogoya y Jorge Alberto Gutiérrez, Antonio Londoño, Javier Lara, Ciro Patiño, Enrique Mayorga y Guillermo Criado, que son como mis hermanos, me han dado alas para que el Periódico El Peletero no fuera flor de un día. Con sus sesudos análisis y motivación, a cambio de nada, solo por unas muchas gracias, han contribuido a sostener lo que parecía imposible: un medio exclusivo para los zapateros y afines, que merecen mucho más.

A los patrocinadores, lectores y amigos, infinitos agradecimientos por generar confianza e ideas, que se convierten en motivos para decir: con los zapateros, confeccionistas y afines, hasta la sepultura.

Gracias Dios mío, por permitirme ser el conductor de esta obra

REFLEXION: La formalización es indispensable en el Sistema Moda.

ORDENE SU PUBLICIDAD Y AVISOS:
315 601 2901

Revista - Periódico 28 años

El Peletero

Fundado el 22 de julio de 1996

DIRECTOR - FUNDADOR

JOSÉ YESID ANGULO CAMPOS
 FUNDADO EL 22 DE JULIO DE 1996

peletenaz@gmail.com

DIRECTORA ADMINISTRATIVA
 Y JURÍDICA:
 BLANCA RUTH GUTIÉRREZ DÁVILA
 SEDE:
 CARRERA 18 No. 19 A - 07 SUR
 BARRIO RESTREPO, BOGOTÁ
 REGISTRO MERCANTIL: 738610
 NIT: 19414767 D.V. - 7

EL PELETERO ES DE CIRCULACIÓN GRATUITA MENSUAL; SE DISTRIBUYE EN BOGOTÁ, MEDELLÍN, BUCARAMANGA, CÚCUTA, CALI, EL EJE CAFETERO, CARTAGENA E IBAGUÉ. LOS CONCEPTOS EMITIDOS POR LOS COLABORADORES NO COMPROMETEN EL BUEN NOMBRE DE NUESTRA PUBLICACIÓN.

www.elpeleterovirtual.com



RAMPIEL S.A.S.



síguenos en nuestras redes sociales

La calidad no se improvisa

Calidad que **se siente**,
resultados que **se ven**.

Encuentra los mejores
insumos para el sector
textil, calzado y
marroquinería



35 AÑOS

OFRECIENDO LA MEJOR
CALIDAD Y SERVICIO PARA EL
SECTOR **TEXTIL, CALZADO Y
MARROQUINERÍA** EN
COLOMBIA.



LLÁMANOS O ESCRÍBENOS: 3168947214-300485383 | WWW.RAMPIEL.COM

Más de 350 expositores lanzan lo último de la moda en el IFLS OPTIMISMO, COSMOGONÍA Y BIOMATERIALES: ALGUNAS TENDENCIAS EN CUERO Y CALZADO



COMPRENDER las nuevas dinámicas de consumo es fundamental en el panorama actual, donde los compradores buscan productos que ofrezcan espacios de conexión, narrativas optimistas y vínculos reales. Como respuesta estratégica a esta demanda, la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas –ACICAM– presenta en IFLS+EICI (del 3 al 5 de agosto en Corferias Bogotá) las macro tendencias clave que trazarán la hoja de ruta para el cierre del año y proyectarán el futuro de la industria.

A lo largo de los tres días de feria, más de 350 expositores demostrarán cómo la industria está respondiendo a este cambio de paradigma. Las propuestas para las próximas temporadas evidencian que la moda efímera está cediendo su lugar a la sostenibilidad y la permanencia. Veremos un fuerte retorno a la herencia artesanal y a las construcciones duraderas, sostenidas por un ecosistema de insumos que prioriza la adopción de tecnologías enfocadas en mitigar el impacto ambiental, la filosofía de cero desperdicios toma protagonismo y la simbiosis con biomateriales.

“El consumidor de hoy ya no busca simplemente vestirse, busca habitar sus prendas desde la consciencia. Estamos viendo un rechazo absoluto a lo desechable y un deseo profundo por objetos que cuenten una historia, que envejezcan con dignidad y que respeten el entorno. El IFLS+EICI de este año es la plataforma

comercial de esa transición, donde demostramos que la industria colombiana y regional está lista para responder con diseño, innovación y responsabilidad ambiental”, afirma Marcela Sanz, Consultora de Moda de ACICAM.

La fuerza cromática de las emociones y su impacto en las tendencias

Según ACICAM y el equipo de investigación que tiene en alianza con la Universidad de San Buenaventura, los colores jugarán un papel central a la hora de atraer a los compradores de cuero, calzado, bolsos y manufacturas de cuero. Así, entre la colorimetría que estará en boga resuenan tonos como:

Luminous blue (azul eléctrico vibrante): representa la confianza y la autoexpresión, operando como un puente entre la tecnología y el arte.

Energy orange (naranja saturado): evoca vitalidad y alegría al conseguir sus tonalidades de las tierras cálidas.

Meadowland y deep Green (gama botánica): tonos que inspiran calma y ecología, propiciando una conexión táctil e inmediata con el entorno natural.

Maize (amarillo cálido): evoca confort y protección, haciendo un sutil guiño a las estéticas retro.

Los accesorios y el calzado: los nuevos reyes de los atuendos

Los zapatos, bolsos y accesorios han dejado de ser un simple complemento para convertirse en el punto focal del estilismo actual. En mercados que hoy priorizan la longevidad del producto, las tendencias apuntan al maximalismo y la identidad:

Calzado de alto rendimiento y confort: el consumidor actual no negocia la durabilidad ni la comodidad relacionada con la temperatura; la tendencia destaca siluetas utilitarias, como la estética moto boho, que fusiona una apariencia robusta con ergonomía avanzada.

Maximalismo táctil en bolsos: se imponen las siluetas holgadas (slouchy bags) y las piezas estructuradas de gran formato; además, para 2027 el énfasis estará en utilizar cueros y materiales de alta calidad que permitan a cada pieza ser heredable.

Identidad artesanal y cosmogonía: hay una revalorización de lo local, a través de diseños que integran herrajes, trenzados y texturas que se inspiran en la cosmovisión y la conexión con la naturaleza de los pueblos originarios.

La revolución del tacto y la importancia de los materiales

El avance tecnológico de la industria no se mide hoy por la producción en masa, sino por la reducción de su impacto ambiental. La gran apuesta que se evidenciará en esta edición de IFLS+EICI tiene que ver con el rechazo a los plásticos de un solo uso, buscando mitigar la huella ecológica en cada eslabón de la cadena de valor.

La curtición libre de cromo se perfila como el nuevo estándar del sector. Gracias al uso de acabados vegetales a base de extractos botánicos (como el quebracho o la mimosa), las superficies del cuero exhiben sus marcas naturales: una celebración de lo orgánico como sello de autenticidad.

A esto se suma el auge de los biotextiles y las alternativas híbridas. Los nuevos desarrollos biobasados, provenientes de residuos agrícolas y de cuero regenerado, ayudan a reducir la huella de carbono de manera significativa.

“La industria está desarrollando efectos multisensoriales, texturas enceradas y recubrimientos protectores que alargan el ciclo de vida del producto, a la vez que invitan a conectar físicamente con lo que usamos”, agrega Marcela Sanz.

IFLS+EICI les permitirá a compradores, diseñadores, actores del sector y visitantes descubrir las maneras en que el optimismo, la tecnología y la conciencia ambiental están forjando nuevos capítulos en la moda, el cuero y la marroquinería en Colombia y América Latina. Información y fotos de ACICAM.

Las últimas tendencias en pasarela.

ORIÓN
Peletería

**TODO LO QUE NECESITAS,
PARA CREAR SIN LÍMITES.**

Insumos para la moda y la industria.

CONFECCIÓN

CALZADO

MARROQUINERÍA

TAPICERÍA

VISÍTANOS EN NUESTRAS TIENDAS

CALLE 18 SUR #24C-11
BOGOTÁ, COLOMBIA

DISTRIBUIDORES PARA COLOMBIA DE

Twiltex
SINTÉTICOS IMPORTADOS DE BRASIL

Excelentes acabados
que sirven cada
creación.

Variedad de texturas,
colores y diseños
para cada idea.

Calidad que se siente,
precios que te hacen
crecer.

MÁS DE
3.000
REFERENCIAS
PARA TODAS
TUS IDEAS.

¡TE ESPERAMOS EN IFLS 2026!
3, 4 Y 5 DE AGOSTO 2026
VISÍTANOS EN NUESTRO STAND #408

CALIDAD QUE SE SIENTE
La variedad que seleccionamos
para resultados superiores.

PRECIOS QUE SUMAN
Competitivos y justos,
para potenciar tu negocio.

ASESORÍA EXPERTA
Te acompañamos en cada paso
de tu proyecto.

www.peleterisorion.com

@peleterisorion



INCAP

Calidad que se repite

Nueva Imagen

La misma fórmula de siempre

Renovamos
nuestros empaques.
No su desempeño.

JAB
Una marca de grupo INCAP

TECNOG

KENDA FARBEN

intercom



Hilos



Lamifort



Incaspray



Madefort



Lamina
Antiperforante



Activador
I-111



Removedor
222F



Halogenante
Monocomponente



Vulcanizante



Cordones

Ahora también
en envase de
BIDON

Conoce los beneficios que
esto aporta a tus procesos:



**Libre de
salpicadura**

**85%
MENOS
PLÁSTICO***



**Fácil de
verter**



+56 años
de
Experiencia
Cuidando lo que nos une



Más info
en nuestra
**Nueva
página
web**



www.grupoincap.com.co



Cra. 72 No. 62-27 Sur
Bogotá, Colombia



incapsa@incap.com.co



312 378 6835



+57 300 2171521

EL LEGADO DE EL PELETERO Y EL FUTURO DE LA INDUSTRIA DE CUERO, CALZADO Y MARROQUINERÍA EN COLOMBIA

Por: Luis José Coelho*
Analista del Periódico El Peletero



LUIS COELHO

Celebrar los 30 años del periódico El Peletero, el 22 de julio de 2026, es contemplar la hermosa evolución de una de las industrias más resilientes, innovadoras y apasionantes de Colombia: la del cuero, el calzado y la marroquinería. Desde que José Yesid Angulo Campos fundó este medio de comunicación en 1996, el sector pasó de ser una actividad predominantemente artesanal para transformarse en una potencia de diseño reconocida internacionalmente. Tres décadas de periodismo especializado han sido testigos de una cadena productiva que aprendió a unir el calor del trabajo manual con la sofisticación industrial, demostrando que la moda colombiana tiene raíces profundas y un futuro brillante.

Una jornada de evolución y orgullo nacional

La trayectoria reciente de este mercado en el país es una verdadera historia de superación y adaptación. Frente a una competencia global cada vez más reñida, el empresariado colombiano no dio un paso atrás; al contrario, elevó sus estándares de calidad. La transición de pequeños talleres hacia clústeres industriales altamente organizados en Bogotá, Bucaramanga y Cúcuta consolidó una identidad única. Hoy en día, el cuero y el calzado colombianos no compiten únicamente por precio, sino por su incomparable materia prima, su diseño contemporáneo y ese sello de excelencia que enamora a los mercados de América y Europa. El sector demostró que la tradición y la modernidad caminan de la mano.

El rol de un Estado eficiente en la estabilidad económica

Para que todo este potencial creativo y técnico se convierta en riqueza real, el país necesita consolidar un entorno de estabilidad económica previsible y seguro. El crecimiento robusto y sostenible de la industria del calzado y la marroquinería está directamente ligado a la gestión de un gobierno eficiente. Las empresas requieren seguridad jurídica, incentivos fiscales claros y un control de la inflación para poder planificar inversiones a largo plazo. Un Estado que simplifique la burocracia, combata el contrabando de calzado de forma implacable y facilite el acceso al crédito para las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) funcionará como el mayor acelerador del desarrollo nacional.

El SENA: Centros de desarrollo e impulso especializado por áreas

En este engranaje de crecimiento, el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) se consolida como la institución más estratégica para el futuro del sector. Para responder a las exigencias globales, el gobierno debe apoyar un plan ambicioso que no solo transforme los actuales centros de calzado en Centros de Desarrollo de la Industria, sino que impulse la creación de escuelas técnicas dedicadas de forma individual a las necesidades de cada eslabón:

Centros de formación especializados en el Cuero: Enfocados estrictamente en la ciencia del curtido, el tratamiento de

pieles y la química sostenible. Estas escuelas deben preparar a técnicos capaces de implementar procesos de economía circular, reducción del impacto ambiental y optimización de recursos hídricos en las curtiembres, garantizando una materia prima que cumpla con los estándares internacionales más exigentes.

Centros de formación especializados en Marroquinería: Dedicados exclusivamente al diseño, patronaje, corte y confección de bolsos, billeteras, cinturones y accesorios de alta gama. Esta área requiere operarios y diseñadores altamente cualificados en el manejo técnico del material, la precisión de las costuras y la integración de software de diseño asistido por computadora (CAD 3D), elevando el valor agregado y el lujo artesanal del producto final.

Fortalecer y expandir el SENA mediante esta división especializada es asegurar que el talento humano de cada área lidere la innovación tecnológica y la competitividad frente al mundo.

Hacia un futuro aún más pujante

Con esta sinergia entre la eficiencia pública, la formación de excelencia y el dinamismo privado, el horizonte de Colombia estará lleno de oportunidades extraordinarias. El mañana de esta industria será aún más pujante a medida que avancemos en tres frentes prometedores:

Sostenibilidad como sello distintivo: El uso creciente de procesos ecoeficientes transformará al producto colombiano en

sinónimo de lujo consciente global.

Vanguardia tecnológica: La digitalización de las fábricas, la inteligencia artificial aplicada al diseño y el comercio electrónico expandirán el alcance de las marcas locales.

Liderazgo joven: La atracción de nuevos talentos capacitados garantizará la renovación creativa, manteniendo viva la herencia de los maestros artesanos bajo un enfoque joven y disruptivo.

Tres décadas cosiendo los próximos 30 años

Por todo esto, expresamos nuestras más sinceras felicitaciones a todo el brillante equipo del periódico El Peletero, cuyo profesionalismo y pasión han dado voz y dignidad a esta industria durante exactamente 30 años. En definitiva, este aniversario no es solo una mirada al pasado, sino el punto de partida hacia una era de oro. El periodismo independiente seguirá siendo el faro que ilumina los logros de miles de familias que viven del arte de transformar el cuero. Con el talento de gente colombiana, la visión especializada del SENA, la estabilidad económica de las empresas y la pasión que cose cada detalle, el sector de cuero, marroquinería y el calzado de Colombia está listo para caminar hacia un futuro de prosperidad, innovación y protagonismo mundial.

*El autor de este artículo, gerente General de la firma Coelho Assessoria Empresarial Ltda., es toda una autoridad en temas de la industria del calzado y afines a nivel mundial.

ITAL INSUMOS SAS.

LO MEJOR PARA CALZADO Y MARROQUINERÍA.

- todo en repuestos, insumos y maquinaria italiana.



ITAL INSUMOS S.A.S

NUMERO DE CONTACTO.

3006115483.

3166933644.

Correo:

Ital.insumos@gmail.com

www.Facebook.com/Ital-Insumos.

www.instagram.com/Ital.Insumo

www.italinsumos.com



RENOVAMOS NUESTRA IMAGEN

La misma calidad y confianza
que ha unido la industria
del calzado colombiano
durante tres décadas.



ALTA ADHERENCIA

Uniones firmes que
perduran.



MÁXIMA RESISTENCIA

Soporta cada paso,
cada reto.



FLEXIBILIDAD SUPERIOR

Se adapta al
movimiento.



ASESORÍA TÉCNICA ESPECIALIZADA

Acompañamos tus ideas.

Mas de tres decadas uniendo talento, calidad e innovación.

En Continental de Pegantes y Soluciones llevamos
más de 30 años siendo el aliado que transforma
grandes ideas en productos que dejan huella.

Porque cuando una unión es verdadera,
las grandes ideas permanecen.

Contribuyamos los
siguientes pasos
de la industria juntos.



(+57) 3115879869

¡Escanéame!

Colombiana de Plantillas ADS
Fabricación y Elaboración de Plantillas y Recuños Tecnoformas en Eua



Carrera 25 No. 19-83 Sur. Barrio Restrepo
Teléfono: 560 8089
Celular: 312 465 1515 - 310 688 7540
colombianadeplantillasads@gmail.com

MOLDESING S.A.S.



Celulares: 314 350 8987
318 494 5436
Teléfono: 467 4902
moldeasing@gmail.com

VIRAS • MOLDES E INSUMOS PARA EL CALZADO

Reinel Betancourt
Carrera 25 No. 19 - 49 sur.
Barrio Restrepo, Bogotá - Colombia

Edelmira Rivera Abril impone sus estilos CALZADO IMPERIAL, PURA INNOVACIÓN

La emprendedora les aconseja a los consumidores comprar... lo nuestro

Por: El Ángel Guardián
Analista del Periódico El Peletero

APLICA sus conocimientos al pie de la horma y a diario analiza cuáles son las tendencias para estar al día en zapatos de moda.

Además es consciente de que copiar estilos y esperar a que les den apoyos, en vez de generar crecimiento, lo que hace es limitar a los fami, micros y pequeños fabricantes de zapatos, quienes han venido decreciendo por esperar lo que no les ha de llegar.

Edelmira Rivera Abril llegó a Bogotá a los 18 años, y durante 33 le ha dedicado su tiempo a la industria del calzado; conoce todos los pasos que se deben dar para producir un excelente calzado: tiene autoridad para decirles a los operarios por qué la guarnición, el montaje y el finizaje no están acordes con las exigencias de un artículo bien hecho. Es perfeccionista.

No es amiga de estar llenando encuestas y apostándole al 'sí clasifico' para que le asignen un stand en una feria; al contrario, es una emprendedora que da ejemplo de cómo se conquistan compradores y mercados, produciendo calzado tipo exportación.



Foto: Yeka
Edelmira Rivera Abril.

Quien luce Calzado Imperial por primera vez, se vuelve un comprador fiel, que llega directamente al almacén en el barrio Restrepo de Bogotá, se le escuchó a doña Edelmira, natural de Barbosa, Santander, quien, como muchos zapateros, lo que produce lo comercializa ella misma, con un fin: no depender del comercializador, a quien le dan crédito y allí comienza el viacrucis... se acuerdan fechas de pago y, por lo general, no cumplen, lo cual se convierte en pesadilla.

Es mejor que la Cámara de Comercio, la Alcaldía Local de

Antonio Nariño y las organizaciones realicen campañas que inviten a los amantes del buen calzado a comprar en las tiendas tradicionales y en los puntos de fábrica, zapatos en cuero, señaló la empresaria, madre de Lina y Gustavo, a quienes también les encanta el negocio. Lina es la gerente-propietaria de Calzado Imperial, mientras que Gustavo, quien vive en Estados Unidos, mientras estuvo en el barrio Restrepo fue protagonista de la zapatería.

Calzado Imperial es una marca con 14 años en el mercado, que muy pronto estará exportando, por cumplir con los estándares internacionales y por ser calzado en cuero, que abre puertas en Centro América, Canadá y Estados Unidos, entre otros.

Edelmira Rivera, como muchos otros, le pide al gobierno nacional, con urgencia, ponerle freno al

contrabando y a las plataformas digitales que tienen la producción y comercialización de calzado hecho con manos colombianas, en los peores momentos de los últimos años, situación que ha obligado a clausurar fábricas y locales comerciales, dejando sin empleo a muchas madres y padres cabezas de familia que subsisten gracias a la ocupación del sector calzado y afines.

Edelmira Rivera Abril es considerada una de las grandes damas de la zapatería, no solo por el magnífico calzado, sino porque valora a los empleados. Para ella, la fuerza y la sabiduría de sus colaboradores son vitales. Ellos juegan un papel trascendental en esta época, en la que escasean los especialistas en este oficio, según la micro empresaria.



Foto: Yeka
Zapatos con marca colombiana.

DROGUERÍA GARCÍA

📞 601 2390248 📞 319 731 9756

46 Años
Cuidando De Tu Salud

VISA MasterCard

DIAGONAL 17c Sur # 241-08
PRECIOS BAJOS Y MUCHO MAS

Valide la posibilidad de trasladarse a **COLPENSIONES** y lograr una mejor pensión.

Sin costo

Consúltenos su caso

LUIS EDUARDO OLARTE FRANCO

CONSULTOR PROFESIONAL

Tel: 316 5825784 - 313 3936556

Class Consultores Asociados

B/manga Cra 28 A No. 40-15 Of: 104 Tel:6328339

Bogotá. Cra 15 No. 110-60 Tel:6958454

pensionesclassconsultores@hotmail.com

¿TIENE DUDAS ACERCA DE SU PENSIÓN?



Prefacalz

Prefabricados para calzado

Paso a paso al pie de la innovación.



José Antonio Méndez

Fabricamos: Suelas en Crupon, Expanso, Neólites y en Tapetes de
Diversos Materiales, Plantillas de Armado.

✉ prefacalz@hotmail.com

📞 WhatsApp 3182817950

📍 Crr 26 # 22-49 Sur Barrio Centenario Bogotá D.C. - Colombia

Muchos avances, pero con mentalidad artesanal EL CLUSTER DE SANTANDER, A BUEN RITMO

Por: Enrique Mayorga Herrera*
 Analista del Periódico El Peletero

SANTANDER como región zapatera, particularmente Bucaramanga, Floridablanca y Piedecuesta, ha evolucionado, no con la rapidez ideal con que avanzan otras regiones en tecnología y productividad, en los últimos 10 años con algunos cambios generacionales que se vienen enfocando, capacitándose para producir zapatos en cuero, esto para muchos empresarios con buenos resultados.

Es para destacar el esfuerzo del sector Calzado y Marroquinería de la región, que ha trabajado durante tres años para unirnos varios empresarios y formar el CLUSTER SANTANDER, ahora mismo en proceso para ser adoptado por la Cámara de Comercio de Bucaramanga, permitiendo implementar proyectos serios con hojas de ruta claras para los empresarios que tengan actitud y capacidad para asumir cambios, más organización y capacitarse sin miedo ya que este es un factor que considero afecta el progreso de manera importante.

Sin embargo, aún se sigue conservando mentalidad artesanal con una mano de obra cada día más escasa, costosa y difícil de conseguir, INESTABLE, que cuando suben un poco los pedidos y, obviamente, se necesita ser más productivos para cumplirle a los clientes, estos escasos obreros es costumbre que manipulen al patrón pidiendo aumento en el valor de su mano de obra los que trabajan a destajo, con la amenaza de que si no acepta entonces se van, sin permitirle a la fábrica ser más productiva y cumplir algunos pedidos con mercados muy pequeños, competidos con productos chinos, con mucha oferta, sobre todo en zapatos deportivos fabricados con textiles, lonas, sintéticos con modelos y hormas muy uniformes en su mayoría, con poca oferta para competir con innovación y calidad por costos de mano de obra.



Enrique Mayorga Herrera*

De alguna manera este escenario se refleja en las ferias donde muchos exponen sus productos para que las cadenas les COMPREN con el precio y condiciones impuestas a su conveniencia ventajosa. Ya muy pocos maletean en correrías. Ya no existe el ARTE DE VENDER con atención más personalizada, con paseo, con relaciones humanas.

¿Será que esto pasó de MODA?

¿Lo de moda HIBRIDO, algo de feria y algo de correría maleteando?

Muchos saben el arte de fabricar, pero pocos saben el arte de vender.

Las redes sociales son otros canales protagonistas. La pandemia, con las dificultades que conllevó, nos hizo volvernos más creativos, sobre todo a la gente joven expertos y más inquietos en esta materia, con buenos resultados. Este tipo de venta también necesita capacidad de producir, despachar rápido con calidad, si quiere lograr cautivar mercado, CUMPLIR y LIKES; esto tampoco es posible hoy en día, que sea un negocio rentable, a punta de mano de obra informal sin algo básico en tecnología y sistemas de producción.

Definitivamente la rapidez para tomar buenas decisiones forma parte vital de la evolución: mentalidad empresarial productiva, rentable e invirtiendo en más TECNOLOGIA de acuerdo con su modelo de negocio, para que cumpla con los pedidos para sus clientes.

Trabajando con horarios dignos, trabajadores bien pagos en un marco de legalidad, con estabilidad laboral. Si continuamos siendo el sector de las quejas y reclamos a



Foto: Yeka
 Los zapatos colombianos son excelentes.

los gobiernos de turno, esperando limosnas, la evolución mental, industrial y comercial seguirá siendo muy lenta y pobre, continuarán mirándonos como un 'zapato', como un sector que aporta de manera muy insignificante para la economía y el empleo formal en Colombia, para el PIB. Es la realidad. Dependiendo de cuanto aportamos, asimismo nos ganamos la atención para proyectos de ley y la posible implementación de políticas públicas que de alguna manera ayuden a proteger la industria nacional, la competencia sana, por ejemplo 35% de impuestos a los zapatos importados que compren las grandes cadenas.

Aprovecho esta oportunidad y privilegio de escribir en este maravilloso canal de comunicación popular EL PERIODICO EL PELETERO de nuestro sector Calzado y Marroquinería, para felicitar a JOSE YESID ANGULO CAMPOS por su tenaz labor al cumplir 30 años desde el 22 de julio de 1996, día que nació en el Barrio Restrepo de Bogotá para Colombia y el mundo.

Dios lo siga bendiciendo y nos acompañe por muchos años más.

**El autor de este artículo es un experto en quehaceres de la industria del calzado, quien conoce paso a paso qué es la zapatería y alguna vez dijo: Quien no esté en el Periódico El Peletero, es porque no hace parte del sector calzado.*



La Bodega Del Cambrel

Variedad de colores y gramaje
 para las industrias de confección

Bolsas ecológicas
 Colchonería
 Tapicería
 Insumos Quirúrgicos

📍 Cl 19 sur # 24C - 31 ☎ 601 406 84 82

📞 304 360 52 08 - 301 373 38 36

✉ labodegadelcambrel@gmail.com





SKOOL CELEBRA 34 AÑOS

DE CALIDAD, SERVICIO Y CONFIANZA

34
AÑOS
*Uniendo al mundo
con nuestros productos*

DURANTE EL MUNDIAL, SKOOL ESTUVO MÁS CERCA DE SUS CLIENTES

En Pegantes Skool **celebramos 34 años** uniendo al mundo con nuestros productos. Porque somos mucho más que un pegante: somos una marca que une personas, impulsa proyectos y **contribuye a construir un mejor país.**

Durante el mundial, quisimos estar aun más cerca de quienes hacen parte de nuestra historia. Visitamos a nuestros clientes y aliados para agradecerles su confianza, **compartiendo detalles especiales** que simbolizaron nuestro compromiso, gratitud y la alegría de vivir juntos la pasión por el trabajo bien hecho.

Hoy celebramos 34 años siguiendo nuestros valores, **fortaleciendo cada día la calidad, la innovación y el servicio** que nos caracterizan. Este aniversario es una oportunidad para agradecer a nuestros **clientes, proveedores y colaboradores**, quienes han sido fundamentales en nuestro crecimiento.

Con la mirada puesta en el futuro, en Pegantes Skool reafirmamos **nuestro compromiso de continuar ofreciendo productos de alta calidad**, soluciones innovadoras y un servicio cercano que responda a las necesidades de nuestros clientes.

Gracias por ser parte de estos 34 años de historia. Los invitamos a **seguir creciendo junto a nosotros** y a conocer más de Pegantes Skool a través de nuestros canales oficiales.



NUEVA PRESENTACIÓN



En SKOOL seguimos innovando para ti. Muy pronto estarán disponibles nuestras **nuevas presentaciones** de 10 y 20 litros. ¡Espéralas!

CONTÁCTANOS:



PBX
604 281 2195



WHATSAPP
+57 315 582 3646



IG
pegantesskool



PÁGINA WEB
www.pegantesskool.com



PÁGINA FACEBOOK
Pegantes Skool

**SKOOL, MÁS QUE UN PEGANTE,
UNA MARCA QUE UNE Y CONSTRUYE PAÍS.**



INCENTIVOS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN: EL PAPEL DE LA DIAN EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL COLOMBIANA

Por: Juan Camilo Vargas
Máster en Comercio Exterior — Experiencia en la DIAN

HABLAR de comercio exterior en Colombia no es solo referirse a cifras de exportaciones o importaciones. Es hablar de empresas, de decisiones estratégicas y, sobre todo, de confianza. A lo largo de mi experiencia profesional en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), he podido constatar que cuando las reglas son claras y la institucionalidad acompaña, las empresas —grandes y pequeñas— encuentran mejores condiciones para crecer, formalizarse y competir en mercados internacionales.

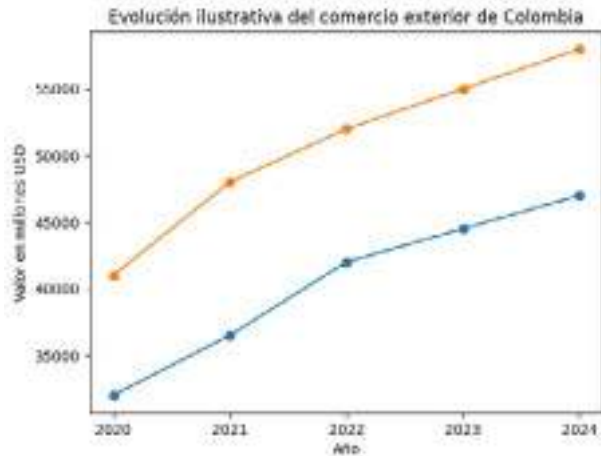
En ese contexto, la DIAN cumple un papel fundamental que muchas veces pasa desapercibido: no solo recauda impuestos, también orienta, facilita y construye puentes entre el Estado y el sector productivo. Esta visión es especialmente relevante para las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), que suelen enfrentar mayores barreras al momento de internacionalizarse.

PLAN CANGURO EXPORTADOR

Uno de los programas que mejor refleja este enfoque de acompañamiento es el Plan Canguro Exportador. Este instrumento fue concebido para acercar el comercio exterior a los empresarios, explicando de manera práctica cómo realizar una exportación de forma correcta, desde el punto de vista aduanero y documental.

En la práctica, el Plan Canguro permite que muchas empresas pierdan el temor inicial a exportar. A través de orientación directa, se aclaran dudas frecuentes, se previenen errores comunes y se fortalecen las capacidades internas de las organizaciones. Esto se traduce en menos reprocesos, mayor agilidad en los trámites y, lo más importante, en

una experiencia positiva que incentiva a las empresas a mantenerse en la formalidad.



"Gráfico 1: El gráfico se construye con base en tendencias consolidadas reportadas por la DIAN, el DANE y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo."

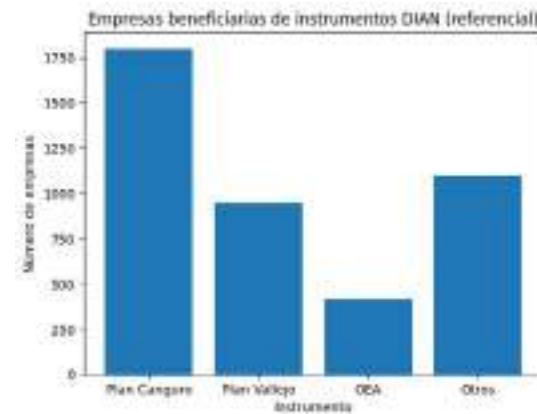
La evolución del comercio exterior colombiano muestra una tendencia de crecimiento sostenido, apoyada en la estabilidad normativa y en los esfuerzos de facilitación aduanera. Estos elementos han permitido que cada vez más empresas participen activamente en operaciones de importación y exportación bajo esquemas formales.

REGÍMENES ESPECIALES QUE IMPULSAN LA COMPETITIVIDAD

Colombia dispone de regímenes aduaneros especiales diseñados para apoyar a las empresas con vocación exportadora. Estos mecanismos permiten importar insumos o bienes de capital con tratamientos tributarios favorables, siempre que estén destinados a procesos productivos orientados a mercados externos.

Asimismo, figuras como los Sistemas Especiales de Importación y Exportación (SEIEX), conocidos como Plan Vallejo y el Operador Económico Autorizado (OEA) reflejan un modelo basado en la confianza

mutua. Las empresas que demuestran cumplimiento, control y gestión del riesgo obtienen beneficios operativos y un reconocimiento institucional que fortalece su posición frente a clientes y socios internacionales.



"Gráfico 2: La información corresponde a estimaciones ilustrativas construidas a partir de reportes institucionales de la DIAN y estándares internacionales de la OMA."

Los instrumentos administrados por la DIAN evidencian que la política aduanera colombiana es gradual y diferenciada, permitiendo que empresas de distintos tamaños accedan a beneficios conforme avanzan en su nivel de cumplimiento y madurez operativa.

INCENTIVOS TRIBUTARIOS Y EL VALOR DEL CUMPLIMIENTO

El cumplimiento tributario suele percibirse como una carga, cuando en realidad puede convertirse en una ventaja estratégica. El sistema colombiano contempla incentivos que buscan promover la inversión, la formalización y el fortalecimiento empresarial, siempre que las obligaciones se atiendan de manera oportuna y transparente.

Desde la experiencia institucional, es evidente que las empresas que mantienen un adecuado control de sus obligaciones fiscales y aduaneras operan con mayor tranquilidad. La seguridad jurídica, la reducción de

riesgos y la posibilidad de acceder a beneficios normativos generan un entorno más propicio para planear a largo plazo y reinvertir en el crecimiento del negocio.

LA DIAN COMO ALIADO DEL SECTOR PRODUCTIVO

La relación entre la DIAN y las empresas ha venido transformándose. Hoy, más que una entidad exclusivamente fiscalizadora, la DIAN actúa como un aliado estratégico que promueve el cumplimiento voluntario y la cultura de la legalidad.

Ser aliado de la DIAN implica entender que el cumplimiento no es un obstáculo, sino una base sólida para competir mejor. Las empresas que integran el componente tributario y aduanero dentro de su estrategia corporativa suelen ser más ordenadas, más confiables y más atractivas para los mercados internacionales.

El desarrollo del comercio exterior colombiano depende en gran medida de la articulación entre el sector público y el privado. Los incentivos, programas de acompañamiento y regímenes especiales administrados por la DIAN representan oportunidades reales para que las empresas, en especial las MIPYMES, den el salto hacia la internacionalización.

Avanzar en una cultura de cumplimiento no solo fortalece al Estado, también fortalece a las empresas. Cuando la legalidad se asume como parte de la estrategia empresarial, el resultado es un crecimiento más sostenible, responsable y alineado con los desafíos del comercio global.

Nota: Los gráficos presentados tienen carácter ilustrativo. Las cifras oficiales pueden ser consultadas en los informes estadísticos de la DIAN, el DANE y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

GATTO
Insumos S.A.S

Más de 35 años de experiencia

INSUMOS PARA CALZADO Y MARROQUINERÍA
ESPECIALIZADOS EN PUNTERA
Y CONTRAFUERTE TERMADHERIBLE

Calle 56 #15-26 Bucaramanga, Santander
+57 3016487244 / +57 3012640283

Colombia es bastante competitiva

OPORTUNIDADES EN EL SECTOR DEL CALZADO Y LA MODA CON PROYECCION INTERNACIONAL

Por: Pablo Rivillas Campos*
Analista del Periódico El Peletero



Foto: Especial
Colombia tiene abierto el comercio de la industria de la moda a nivel mundial.

El sector del calzado y la moda en Colombia, a pesar de los escépticos, vive un buen momento, sin desconocer algunos inconvenientes y contracciones de mercado.

Frente a ello, debemos concentrarnos en nuestra creatividad, mano de obra calificada y calidad de materiales, que gozan de una reputación impecable en los mercados internacionales. Si usted es un productor con trayectoria que busca consolidar sus negocios, o un nuevo emprendedor con el deseo de expandir el suyo, el mercado internacional no es un sueño lejano: es una realidad tangible y rentable. A pesar de los desafíos del entorno global, la estabilidad de los canales comerciales tradicionales y el surgimiento de nuevos nichos de consumo abren un abanico de posibilidades único para el diseño, manufactura y comercialización de productos de calzado y moda colombianos.

La geopolítica y la economía global se transforman constantemente, pero las reglas del juego comercial para Colombia se mantienen estables y seguras. La seguridad jurídica que brindan los Tratados de Libre Comercio (TLC) vigentes es la mayor garantía para sus inversiones y planes de negocio a largo plazo.

* MERCADOS CONSOLIDADOS: El acuerdo comercial con Estados Unidos y el acceso preferencial a la Unión Europea siguen siendo los pilares más fuertes. Estos mercados demandan productos de alto valor agregado, sostenibilidad y diseños exclusivos, precisamente las fortalezas del taller colombiano.

* LA VENTAJA REGIONAL: Para el nuevo emprendedor, la Comunidad Andina (CAN) y la Alianza del Pacífico representan el trampolín ideal. La cercanía cultural, la similitud en los canales de distribución y el beneficio de arancel cero facilitan una primera experiencia exportadora menos compleja y de menor riesgo.

* NUEVOS HORIZONTES: La coyuntura económica

global invita a mirar hacia los mercados del Caribe y la diversificación dentro de Suramérica. Países como Chile y Ecuador mantienen una demanda sólida de calzado de cuero y ropa de control (fajas) colombiana, dos de nuestros productos estrella en el exterior.

El Gobierno colombiano y diversas organizaciones sectoriales entienden que el sector del calzado y la moda son un motor de empleo y divisas; por ello, existen programas específicos diseñados para financiar, capacitar y acompañar a las empresas en cada una de sus etapas de comercialización, crecimiento e internacionalización.

* PROCOLOMBIA: Es el aliado estratégico por excelencia. A través de sus macro ruedas de negocios, programas de formación exportadora y asesorías personalizadas, ayuda tanto al empresario experimentado a abrir nuevos canales, como al emprendedor a identificar su comprador ideal.

* BANCÓLDEX: El banco de desarrollo empresarial ofrece líneas de crédito preferenciales con tasas competitivas para financiar el capital de trabajo, la compra de maquinaria o la adecuación logística necesaria para cumplir con los estándares internacionales.

* FABI (FONDO DE APOYO A LA BIOSEGURIDAD E INTERNACIONALIZACIÓN) Y PROGRAMAS DEL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO: Activan constantemente convocatorias para cofinanciar certificaciones internacionales y misiones comerciales.

* INEXMODA: Mediante plataformas como Colombiamoda y Colombiatex, conecta directamente la oferta nacional con compradores de todo el mundo, impulsando el valor de las marcas locales.

Tener el mejor diseño o producto no es suficiente si este no llega a tiempo y en perfectas condiciones. La gestión logística es el factor diferenciador que genera confianza en el comprador extranjero. Dominar la operatividad será un poco más sencillo si se estructura de manera ordenada.

1. PLANEACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO: Calcule sus tiempos de producción con margen de error. El sector calzado y moda sufre variaciones estacionales estrictas; un retraso en la entrega de la colección de verano puede arruinar la relación comercial.

2. EMPAQUE Y EMBALAJE TÉCNICO: El calzado y las prendas de vestir son sensibles a la humedad y las deformaciones durante el transporte. Utilice embalajes de calidad con alta resistencia, bolsas de sílice desecante y empaques que optimicen el espacio en el contenedor o en

el pallet aéreo.

3. SELECCIÓN DEL TRANSPORTE:

* MARÍTIMO: Ideal para el productor consolidado que maneja volúmenes y busca optimizar costos fijos. Colombia cuenta con puertos eficientes en el Caribe (Cartagena, Barranquilla) y el Pacífico (Buenaventura).

* AÉREO: La ruta preferida por los nuevos emprendedores o para envíos de colecciones exclusivas de alto valor, muestras comerciales y reposiciones urgentes.

4. ALIADOS DE CARGA (AGENTES DE CARGA Y ADUANAS): Trabaje siempre con operadores logísticos profesionales y confiables que los asesoren en cada paso. Un buen agente le ayudará a clasificar correctamente su mercancía bajo la subpartida arancelaria adecuada, evitando retenciones en las aduanas tanto de origen como en destino.

Para el productor experimentado, el reto actual es la digitalización y el valor agregado. Explore el modelo Cross-Border E-commerce (comercio electrónico transfronterizo) e integre la sostenibilidad en sus procesos productivos. El comprador internacional está dispuesto a pagar más por calzado y prendas de moda ética y responsable.

Para el nuevo emprendedor, el consejo es la especialización y la constancia. No intente abarcar todo el mercado; busque un nicho específico (por ejemplo, calzado vegano, ropa deportiva de alta tecnología o joyería artesanal). Utilice las herramientas del Estado, asista a los talleres de ProColombia y empiece exportando volúmenes pequeños bajo la modalidad de envíos urgentes (Courier) para probar el mercado.

La moda colombiana no solo calza y viste cuerpos, cuenta historias de talento y resiliencia. Las herramientas técnicas están dispuestas, los mercados abiertos y el respaldo institucional asegurado. Es el momento de dar el paso con determinación y llevar el sello "Hecho en Colombia" a cada rincón del planeta. Su negocio está listo para crecer, lo importante es que usted también lo esté.

SI DESEA OPTIMIZAR SU PROCESO, PUEDE REVISAR LOS SIGUIENTES PASOS:

* Definir con claridad su producto final y conocer los requisitos técnicos y legales de la subpartida arancelaria para cumplir la normatividad relacionada.

* Evaluar el costo producto, gastos logísticos, fletes internacionales, seguros etc., según el destino de su interés.

* Asesoría técnica, administrativa, legal, financiera y logística, asesorarse correctamente de los procesos con las entidades y entes gremiales relacionados con su producto.

El mundo y el éxito son de los que se atreven y perseveran, ya que dificultades siempre van a existir, pero si se tiene un buen plan de acción lo más probable es que se logre el objetivo.

*OUTSOURCINGENLOGISTICADECOMERCIOINTERNACIONAL

EL IMPERIO DE PLANTILLA

Plantillas Canfort para Dama - Caballero - Niño

SE DESTACA POR SU VARIEDAD Y EL SOPORTE AL CAMINAR

SOMOS FABRICANTES

Carrera 24f # 18-32 sur Barrio Restrepo
Bogotá Colombia 350 598 5269

EL IMPERIO DE LA PLANTILLA

Carrera 24f No. 18-32 Sur Local 1 - 350 598 5269

SOMOS FABRICANTES

NUEVA SEDE PUNTO DE VENTA

ESTERVI

PASIÓN POR EL CUERO



☎ 311 850 3638 / 311 433 8276

📍 Crr 24G # 19 – 55 sur Restrepo
Bogotá Colombia



calzadorestervi@hotmail.com



www.esterVi.com

Ref: comando
Negro S.B



ESTERVI
PASIÓN POR EL CUERO

Ref: comando
Azul



ESTERVI
PASIÓN POR EL CUERO

Ref: comando
Beige



ESTERVI
PASIÓN POR EL CUERO

Ref: comando
Negro x verde



ESTERVI
PASIÓN POR EL CUERO

Ref: comando
Negro S.N



ESTERVI
PASIÓN POR EL CUERO

Ref: comando
Ocre



ESTERVI
PASIÓN POR EL CUERO

Ref: comando
Coptel



ESTERVI
PASIÓN POR EL CUERO

Ref: comando
Negro S.B



ESTERVI
PASIÓN POR EL CUERO

Colombia hace respetar el hecho a mano, clásico EL CALZADO ARTESANAL, UN TESORO

El cuero, bien utilizado, lo garantiza todo.

Por: El Tenaz
Analista del Periódico El Peletero



Foto: Davinchi.
Hecho con manos colombianas.

ORGULLO. Muchos piensan que los zapatos chinos no tienen rival, que como ellos, ninguno, y no es así: en volúmenes marcan la diferencia, pero en calidad, no; menos si se trata de calzado clásico o artesanal (hecho a mano), que aún no logran hacer a la perfección como en Colombia.

Los chinos y asiáticos producen

zapatos bonitos que llaman la atención de los compradores, pero cuando los consumidores introducen los pies en un calzado clásico colombiano, sienten el confort y como por arte de magia se inclinan por ellos.

Hoy, Colombia es líder en calzado artesanal; el hecho a mano está conquistando un mercado que se tendrá que aprovechar al máximo, para apoderarse de los espacios que están dejando los italianos, que eran únicos en la fabricación de calzado clásico pero que ahora no producen cantidades como antes, la tecnología los absorbió por la escasez de trabajadores en esa clase de arte.

Algo similar está pasando con los españoles, quienes están acudiendo a los guarnecedores y montadores colombianos, que viajan por temporadas, ganan sus euros y regresan, algunos porque no se adaptan, otros por el duro trajín o porque así como ganan también tienen que gastar, lo cual no es negocio. Alejarse de sus familias para ganar lo justo, no vale la pena, aunque no se puede desconocer que los euros valen mucho más que el peso y haciendo remesas se logra solucionar la parte económica familiar, pero es necesario sacrificar muchas cosas, se le escuchó a un operario del

pies el comercio del zapato clásico. Es de los pocos países que conserva la hechura de zapatos artesanales, a mano, y más porque se cuenta con el cuero de res. Eso marca la diferencia, comentó.

La industria del calzado de Colombia ha tenido un preocupante descenso, no hay suficientes pedidos, y lo del zapato clásico es un paliativo que no se ve, pero quienes se han centrado en esta línea, casi que silenciosamente, realizan la tarea con operarios exclusivos, no todos los trabajadores están dispuestos a utilizar herramientas tradicionales para darle la forma a la suela en crupon y al corte del cuero, apoyados con pequeña tecnología.

El secreto del calzado clásico está en que para lograr la perfección son indispensables las manos... poco de máquinas. Lo difícil es encontrar obreros con ese perfil y si los hay, son veteranos a los que hay que consentir, comenzando por los salarios dignos, con todos los requisitos de Ley, al destajo... por lo que produzcan, con pagos atractivos, para que no estén cambiando de empresa tan rápido como lo suelen hacer.

Un par de zapatos clásicos puede tener un costo de 250 mil pesos,

en adelante, y poco se ven en los almacenes y tiendas, los hacen por encargo, desde uno y más pares. Las fábricas que los producen, en Bogotá, Cali, Bucaramanga, Cúcuta y Medellín, por lo general son muy celosas con sus marcas, para evitar que sean copiados. Manejan el mercado directamente con los comerciantes e individualmente, tanto a nivel local, como internacional.

Centroamérica, Suramérica, Estados Unidos y Canadá son el destino final de los zapatos artesanales de Colombia, a través de intermediarios y de comercializadores que se encargan de distribuirlos y de venderlos al consumidor, al cual acostumbraron con un estilo que no es común en diseño, colores, materiales naturales, cuero, calidad y una envidiable suavidad... que encanta.

Eso sí, se tiene que vender lo que es, nada de imitaciones, de remarcados. Debe ser un zapato original hecho con técnica e inteligencia. En eso, los colombianos son verdaderos artistas... maestros; su prestigio vale demasiado y lo cuidan como un tesoro.

Según expertos, amigos y allegados al Periódico El Peletero, no es fácil tener cifras sobre las cantidades de zapatos clásicos que se fabrican en el país, es un secreto de quienes tienen empresas y talleres, en los que poco se escucha el ruido de los motores; si acaso el estornudo y la tos de unos robots humanos que, durante 8 o más horas, según la necesidad productiva, se dedican a plasmar conocimientos, fabricando lo que más les apasiona: calzado clásico o artesanal para el mundo.



Hormas y *suelas* DYD

NUEVAS IDEAS... PRODUCTOS DIFERENTES



Hormas & Suelas



DIRECCIÓN:
CARRERA 24 G # 15 - 45 SUR.
BARRIO RESTREPO,
BOGOTÁ-COLOMBIA.



CELULAR:
3046718197

El calzado y las confecciones buscan salvavidas **EL CLAMOR DE LOS EMPRESARIOS**

Estamos viviendo dentro de lo legal, lo ilegal: John Jairo Muñoz Urán

Por: Pepe Buendía
Analista del Periódico El Peletero



Foto: Especial
Daniel Muñoz López, John Jairo Muñoz Urán y Andrea Muñoz López, una familia que le da identidad a la industria de los adhesivos, con Pegantes Skool

EL clamor de los empresarios de la industria de moda al gobierno, es uno solo: que se establezcan reglas para competir con las páginas de Shein, Amazon, etc.; no que las quiten, esa es la nueva tecnología y llegó para competir, manifestó el empresario y dirigente John Jairo Muñoz Urán, presidente de Pegantes Skool.

Nosotros tenemos que competir con lo que llega y con lo que hay. Es simplemente que el gobierno nos dé las herramientas para competir en igualdad

de condiciones. Si estas páginas no pagan impuestos hasta 200 dólares, entonces cualquiera compra un par de zapatos por 40 mil pesos y un artesano nuestro no puede hacer ese par en 40 mil pesos.

¿Por qué no lo puede hacer? Porque es que yo, que soy pegamentero, que hago el pegante con el que ellos trabajan, para importar mis productos, los cloroprenos, para traer todas las materias primas, tengo que pagar aranceles, expresó Muñoz Urán.

Tengo que pagar IVA, tengo que pagar las nacionalizaciones, tengo que pagar una cantidad de impuestos que, cuando se los voy a agregar a las materias primas para venderlas, se las transmito yo al consumidor final. Entonces, si un producto a mí me vale 7 pesos en el exterior, cuando lo voy a nacionalizar y a pagar todo esto, vale 10, un 30% más, ¿a quién se lo transmito? Al consumidor final, que es el artesano, el que hace el calzado. Entonces le va a quedar muy difícil competir contra unas páginas que están pagando cero impuestos, manifestó John Jairo Muñoz.

La idea del empresario antioqueño no es que quiten las páginas, pero que paguen igual de impuestos, que paguen nacionalización, que paguen los aranceles, que paguen todo lo que tengan que pagar. Que si alguien va a comprar un par de zapatos en el exterior,

listo, le mando sus zapatos, pero el impuesto es este para entrar al país y ahí nos dan la oportunidad a la industria colombiana de competir en igualdad de condiciones, porque no es que se acabe, eso llegó para quedarse y con eso tenemos que competir, pero en igualdad de condiciones. El ex presidente Iván Duque, con su Economía Naranja, prácticamente acabó con

la industria textilera y del calzado y nadie se ha metido donde es. Esto no es contrabando, lo que hay es una legalidad ilegal y se llama así: legalidad ilegal, no se están cobrando impuestos y si no cobramos impuestos, y nosotros los productores sí los pagamos, entonces ¿cómo hacemos para trabajar con ese desbalance tan duro? Para que usted, que es un hombre sabio, con sabiduría, empecemos a ver qué hacemos, saquemos a partir de ahora en el Periódico El Peletero algo para que nos vayamos motivando, que hagamos una fusión, un comité, que nos reunamos con el gobierno de Abelardo De La Espriella, que podamos llegar a un acuerdo, que nos escuchen, que sepan que no estamos pidiendo que quiten nada, sino que trabajemos en igualdad de condiciones todos, dijo el ingeniero John Jairo Muñoz, creador de Pegantes Skool, hace 34 años, quien lleva el sector zapatero en el corazón y luchará por él hasta que se logre el objetivo.

A don John Jairo Muñoz Durán, padre de Daniel y Andrea Muñoz López, quienes le siguen los pasos, muchas gracias por ser un amigo, que siempre ha creído en una quijotada llamada Periódico El Peletero, que alcanzó los 30 años.

A los dueños de Pegantes Skool, nuestras felicitaciones por los 34 años en el mercado garantizando un pegue seguro, bastante amigable con el ambiente.

TORRES *de la Campiña*

TU NUEVO HOGAR,
TU MEJOR INVERSIÓN



¿POR QUÉ ELEGIRNOS?

Torres de la campiña es un proyecto con 2 torres de 9 pisos con apartamentos de 70, 52 y 35 m² para un total de 48 apartamentos, cuenta con parqueaderos y depósitos.

Excelente ubicación, acabados modernos y zonas comunes pensadas para toda la familia.



Excelente
ubicación



Acabados
modernos



Zonas comunes
para toda
la familia

TIPO DE APARTAMENTOS



70 m²

- ✓ 3 habitaciones
- ✓ 2 baños



52 m²

- ✓ 2 habitaciones
- ✓ 2 baños



35 m²

- ✓ 1 habitación
- ✓ 1 baño

*Imágenes y planos ilustrativos, pueden presentar modificaciones.

AMENIDADES



Gimnasio



Salón social



Coworking



Zona BBQ



UBICACIÓN DEL PROYECTO

Se encuentra ubicado en la **Cr 24D 14 sur 33** en el barrio Restrepo. A 10 minutos del transporte público como metro Transmilenio y zonal. Excelente valorización por su sector y fácil acceso.



¿POR QUÉ INVERTIR?



Alta
valorización



Financiación
flexible



Diseño
contemporáneo



Ideal para vivir
o invertir



SALA DE VENTAS

Transversal 24 i 16 10 sur
Barrio Restrepo



WhatsApp:

3107652818 - 3125440586

ZONA
COMERCIAL
CONSOLIDADA



SE VENDE EDIFICIO COMERCIAL

UBICACIÓN ESTRATÉGICA SOBRE VÍA PRINCIPAL

- ÁREA CONSTRUIDA:
700 m²
- ÁREA LOTE:
200 m²
- UBICADO EN VÍA PRINCIPAL
CALLE 18 SUR # 24, RESTREPO
- CUENTA CON DOS LOCALES GRANDES
EN EL PRIMER PISO
- EN EL SEGUNDO, TERCERO
Y CUARTO PISO, BODEGAS

UBICACIÓN ESTRATÉGICA
PARA VENTA DE
**TEXTILES,
CUERO**
Y TODO LO RELACIONADO
CON LA FABRICACIÓN
PARA EL CALZADO.

PRECIO \$3200 M

INFORMACIÓN:
318 568 1711

UBICACIÓN:
CALLE 18 SUR # 24, BARRIO RESTREPO

Los zapateros esperan el apoyo total del Gobierno ABELARDO DE LA ESPRIELLA Y JOSE MANUEL RESTREPO, CON LAS BOTAS PUESTAS

. El presidente y el vice saben del impacto económico que tiene, el sistema moda

Por: Yesid Angulo
Analista del Periódico El Peletero



Foto: Especial
El presidente Abelardo De La Espriella y el vice José Manuel Restrepo tienen el reto de dinamizar la micro y fámieconomía.

ES ahora o nunca. Así lo consideran los fabricantes de calzado y afines del país, quienes tienen una fe bárbara en que el nuevo presidente Abelardo De La Espriella y su vicepresidente José Manuel Restrepo, pondrán en la cúspide a los zapateros y confeccionistas, quienes les dieron el voto de confianza, pensando en que tendrán aliados en el Palacio de San Carlos, para que el sector retome los pasos y las puntadas y así lograr que esta línea de la economía sea la más sólida y competitiva de Colombia durante los próximos cuatro años.

Estamos seguros de que esta vez no nos equivocamos, que votamos por los que teníamos que elegir: Abelardo De La Espriella es un jurista versado en política y negocios, mientras que José Manuel Restrepo es un pedagogo y economista que posee los conocimientos para encumbrar a los zapateros y confeccionistas. Él, más que nadie, conoce la importancia que tienen los zapateros, confeccionistas y afines en el desarrollo empresarial. Durante el gobierno de Iván Duque, del cual fue su Ministro de Hacienda, visitó el barrio Restrepo y constató la labor de los fabricantes de calzado y vestuario, quienes generan muchos puestos de trabajo,

que es lo que busca garantizar el nuevo gobierno, según el plan de De La Espriella y Restrepo, quienes en los Santanderes: Bucaramanga y Cúcuta, fueron aclamados, al igual que en Medellín.

Ahora, la respuesta deberá ser contundente y veloz, por la necesidad de reactivación que tienen los zapateros y confeccionistas, quienes a 4 meses del adiós del 2026, no tienen los pedidos que les permitan sellar la temporada con cierta tranquilidad. Hoy, todo es zozobra y mucho más por la invasión de zapatos y vestuario chino, que se tomaron el espacio público de ciudades, pueblos y corregimientos.

Abelardo De La Espriella, que asumirá el cargo a partir del 7 de agosto, en Cali, prometió darle prioridad a la seguridad, la salud, la alimentación y la productividad, para crear confianza. Con esos pilares, habrá inversión nacional y extranjera, según los analistas.

Las medidas que están tomando en recorte de ministerios, en entidades, en gastos inoficiosos y en la exigencia a los embajadores y a quienes representen a Colombia en el exterior, de vender productos colombianos, es sensacional: Colombia tiene mucho que ofrecerle al mundo y qué mejor que sean los embajadores y cónsules quienes tengan la misión de colocar en la cúspide los productos que da la madre tierra, y quien no cumpla, corre el riesgo de ser despedido, al mejor estilo banco, por bajo rendimiento. Habrá evaluación mensual, según la estrategia que busca ubicar a Colombia como un modelo internacional.

O sea que no más corbatas, con lo cual se pretende ahorrar en burocracia para invertir, por ejemplo, en la industria de la moda... zapateros y afines, que son auténticos genios en la creación de nuevas tendencias, que además de recursos, requieren que les garanticen que los artículos chinos no continuarán siendo una piedra en el zapato, por precio.

En tal sentido, es necesario que las autoridades ejerzan un impecable control en puertos marítimos, aeropuertos y vías terrestres, de lo contrario, cualquier inversión del Estado en productividad, será inoficiosa, y en vez de avanzar, caerán mucho más la industria y el comercio, que son fundamentales en la apertura de mano de obra y un desarrollo empresarial sostenible.

El vice José Manuel Restrepo Abondano tiene en su agenda el cómo dinamizar la productividad a todos los niveles, pero como dijo alguna vez el profesor Antanas Muckus: para lograrlo todos ponen. No es ningún secreto que la informalidad superó todos los cálculos, no solo en el sistema moda, sino en otros sectores de la economía barrial, que es donde están los verdaderos protagonistas, en este caso, de la zapatería y las confecciones, quienes le sacan el cuerpo a la legalidad, por que de cada peso ganado, 78 centavos van a las arcas del gobierno, a lo cual no le juegan las famiempresas, que consideran que la avalancha de impuestos los obliga a laborar en la clandestinidad.

NEWCOMPACT

INYECCIÓN DE SUELAS

COMPACT EPS2

El nuevo estándar en inyección de suelas con tecnología diseñada para maximizar tu productividad y elevar la calidad en cada proceso.

**LA MARCA MAS
RECONOCIDA EN
EL MUNDO**

¡Siempre aprendiendo, siempre innovando!



Cr 24F N° 20-73 sur
Cel: 3203814428
Bogotá - Colombia
www.ottogalli.it

Ottogalli.Colombia@gmail.com



*International Footwear & Leather Show
Exhibición Internacional del Cuero e Insumos, Maquinaria y Tecnología*



OTTOGALLI



LA REVOLUCIÓN DIGITAL EN LAS PELETERÍAS Y ZAPATERÍAS: EL FUTURO SE CONSTRUYE HOY

Por: Camilo Ángel Cadena
 Director de Mercadeo y Desarrollo de Negocios – Peletería Orión

EN el corazón del dinámico barrio Restrepo, donde la trayectoria y el emprendimiento se mezclan con la tradición, una transformación silenciosa que no depende de una nueva máquina o de una nueva materia prima está tomando fuerza.



Camilo Ángel Cadena

Durante años el éxito de un negocio dependía de su ubicación, de la recomendación de los clientes y de la calidad de sus productos. Hoy esos factores siguen siendo fundamentales, pero ya no son suficientes. Las redes sociales, el posicionamiento digital y la creación de contenido hoy son la clave para que las empresas, microempresas y emprendimientos conquisten nuevos mercados, cautiven más clientes y aseguren su éxito comercial.

Sin embargo, el mayor obstáculo no es el mercado, sino nuestra forma de pensar. Seguimos esperando que alguien nos diga qué hacer, que una entidad resuelva nuestros problemas o que los clientes lleguen por sí solos. La buena noticia es que nunca había sido tan fácil aprender. Hoy, quien quiere crecer tiene a su alcance capacitación, tecnología e información suficiente para transformar su negocio. El primer paso depende únicamente de cada empresario.

Programas de capacitación como los que ofrece la Cámara de Comercio de Bogotá fortalecen conocimientos en marketing digital, comercio electrónico, estrategias comerciales y construcción de marca. Son espacios donde los empresarios adquieren herramientas prácticas para llevar sus negocios a otro nivel. Pero el verdadero cambio ocurre con la determinación de aplicar ese conocimiento todos los días.

A esto se suman herramientas como la inteligencia artificial, que permite a cualquier emprendedor aprender sobre fotoproducto, diseño, publicidad, análisis de datos, redacción, ventas o creación de contenido simplemente formulando las preguntas correctas. El conocimiento dejó de ser un privilegio y ahora está al alcance de todos. La diferencia está en quien decide aprovecharlo.

En Peletería Orión hemos asumido ese reto. Entendimos que ya no basta con ofrecer productos de excelente calidad; también debemos educar al mercado. Por eso hemos construido una estrategia basada en contenido de valor, compartiendo conocimiento sobre materiales, procesos de fabricación, tendencias, innovación y emprendimiento. Nuestro propósito no es únicamente vender, sino convertirnos en un referente de conocimiento para la industria.

Los resultados han sido evidentes. El crecimiento en nuestras métricas digitales, el incremento en el alcance de nuestras publicaciones, el aumento del tráfico hacia nuestro sitio web y la interacción constante con nuevos clientes demuestran que cuando el contenido aporta valor, las personas responden. Hoy no solo llegan clientes buscando un producto; también llegan porque encontraron una respuesta, aprendieron algo nuevo o descubrieron que detrás de una empresa existe un equipo dispuesto a compartir décadas de conocimiento.

Pero es importante entender que estos resultados no aparecen de un día para otro. Las redes sociales no premian la improvisación, premian la constancia. Publicar una semana y desaparecer un mes difícilmente genera crecimiento. Crear contenido

requiere disciplina, planificación y sobre todo persistencia.

La mayoría abandona demasiado pronto. Publican algunos videos, obtienen pocas visualizaciones y concluyen que "las redes no funcionan", pero la realidad es que los algoritmos premian la consistencia y la calidad. Cada publicación es una oportunidad para aprender, mejorar y acercarse un poco más a la audiencia correcta.

El sector peletero, zapatero y marroquino colombiano posee un conocimiento extraordinario que merece ser mostrado al mundo. Tenemos experiencia, creatividad, capacidad de innovación y una tradición que pocos países pueden igualar. Lo que nos ha faltado es aprender a comunicar ese valor utilizando las herramientas digitales.

El futuro del Restrepo no depende únicamente de la tradición que heredamos, sino de nuestra capacidad para evolucionar sin perder nuestra esencia. Capacitarse, aprovechar las oportunidades que brindan instituciones como la Cámara de Comercio de Bogotá, incorporar la inteligencia artificial como aliada, crear contenido de valor y mantener la disciplina en el tiempo son decisiones que hoy están

al alcance de cualquier empresario.

Porque el crecimiento no llega por esperar. Llega cuando aprendemos, actuamos y somos constantes. En el mundo digital, la persistencia sigue siendo la mejor estrategia para construir marcas que trasciendan.



Foto: La innovación atrae consumidores



ALEJANDRO ORTIZ
 Cra 24 g #16-56 sur-B, Restrepo
 virassava@gmail.com
 321 4505126

Apuestas le están quitando seriedad al espectáculo

EL FÚTBOL: MÁS QUE UN JUEGO

España bajó de la nube a los argentinos y Colombia decepcionó a chicos y grandes

Por: De Taquito
Analista del Periódico El Peletero

El considerado espectáculo de las multitudes está en el ojo del huracán, por las increíbles decisiones que se tomaron en la Copa Mundo de Fútbol, jugada en Estados Unidos, México y Canadá, en la que dirigentes, árbitros y autoridades pisotearon el juego limpio con decisiones que dejaron en el ámbito la sensación de que las apuestas están por encima de la fiesta deportiva, que era una diosa, pero el dios dinero pareciera haber entrado a la cancha y está poniendo en duda las jugadas y los goles de millones de aficionados, que pagan por ver algo verdadero y no otros fenómenos que están por encima de la habilidad de los jugadores, que a veces fingen lesiones, mientras que los árbitros validan o anulan goles, todo depende del VAR, que se acomoda, como si alguien estuviera indicándoles a quienes manejan esa tecnología, que por ahí no es la cosa.

Eso está empañando un espectáculo que tenía un prestigio 'bíblico'... sagrado. Para completar, las decisiones en el terreno se reversan según el personaje, el país, el grado de amistad y de conveniencia. Dando a entender que lo que interesa son los dólares y los euros, que lo demás les importar un pito.

Lo sucedido en el Mundial de Fútbol, que dejó como rey a España, que superó 1-0 a Argentina con gol de Ferrán Torres al minuto 106 del tiempo extra, será recordado por tanto acomodamiento, quisieron que los argentinos dieran la vuelta olímpica para que Lionel Messi pasara a la historia como el super astro, y no lo lograron. España dejó con los crespos hechos a los gauchos, eso evitó que el escándalo hubiese sido de padre y señor mío.

Los grandes perdedores fueron Francia e



Foto: Especial.
El futuro de Néstor Lorenzo está en duda, mientras que a James Rodríguez se le tiene que agradecer su brillante labor con el '10'.

Ingllaterra, que se marcharon del Mundial sin pena ni gloria.

Mientras que Colombia decepcionó de principio a fin. La estrategia de Néstor Lorenzo dejó a más de uno muy triste.

Quiso sorprender y lo que hizo fue poner en ridículo a James Rodríguez, a quien puso a competir con Juan Fernando Quintero por el puesto de armador; la idea no le salió y hoy le caen rayos y centellas: muchos piden su salida del combinado tricolor, que parecía un equipo aprendiz, sin brújula, contrario a lo expuesto durante las eliminatorias, en las que se lució, y los analistas le dieron la opción de hasta pelear el título mundialista.

Por tal motivo, el revolcón deberá ser profundo: el proceso Lorenzo perdió confianza y los dirigentes de la Fedefútbol deberán decidir si se queda o le darán las muchas gracias.

No es una decisión fácil de tomar. Néstor Lorenzo tiene un trabajo y si se le respalda deberá ser bajo condicionamientos; en la escogencia de jugadores se ha equivocado, lo cual ha sido perjudicial para la imagen del fútbol nacional, que hoy es motivo de controversia; el fracaso en el

Mundial obliga a un borrón y cuenta nueva.

James Rodríguez cumplió su ciclo y habrá que agradecerle su magia, al igual que a David Opina, Yerry Mina y Rafael Santos Borré y diseñar un combinado con base en la capacidad de Luis Díaz, que no tuvo quien le lanzara el balón.

Quien sea el timonel de Colombia, tendrá que analizar el estilo de cada jugador, pero en especial del medio campo hacia arriba, porque se está careciendo de quien la meta, y goles son amores. El juego bonito deleita miradas, pero el gol es todo.

Cuando los errores se corrigen a tiempo, el futuro es mejor y más en un deporte como el fútbol, que se vive y se siente a diario.

Por ahora, habrá que tratar de olvidar, contra el reloj, el traspie en el Mundial 2026, que dejó como enseñanza que Colombia ha acertado distancias, que no le teme a ningún rival, pero que es necesario que la mente esté compaginada con los pies, para evitar desilusiones.

En tal sentido, se deben utilizar los psicólogos, consejeros y motivadores, para que la autoestima sea una herramienta y más porque los deportistas, en su mayoría, vienen de estratos en el que la vida es difícil y ponerse la camiseta de la Selección engrandece o relaja.

Por lo demás, Infantino y compañía lograron el objetivo de recibir ganancias millonarias, sin necesidad de mover un dedo, pues la FIFA contrató, junto a los organizadores, empresas especializadas en esa clase de fiestas.

También ganaron los fabricantes de implementos deportivos, quienes vendieron guayos y zapatillas, uniformes, camisetas y utensilios alusivos al Mundial, como nunca, según los zapateros y confeccionistas.

LA MARCA DE LA X COLOMBIA

X MUNCH

Clase (s): 25 / Número de certificado: 485668 / Fecha de inscripción: 29 de abril de 2022
TITULAR (ES) DEL SIGNO DISTINTIVO / Nombre: MUNICH CALZADO COLOMBIA S.A.S.

x_munchcolombia **311 552 5539**

CALLE 17 A SUR 24F-49 / BARRIO RESTREPO / BOGOTÁ

La Localidad de Antonio Nariño, la más productiva

HECHO EN EL RESTREPO, UNA MARCA

En calzado, marroquinería, ropa en cuero y vestuario, es una potencia

Por: El doliente
 Analista del Periódico El Peletero

AÚN no entendemos por qué los gobiernos de Bogotá y de Colombia no han tenido la voluntad política para hacer del barrio Restrepo Ampliado, símbolo de la Localidad de Antonio Nariño, un fortín del sistema moda, al que denominan clúster del calzado y afines, para diseñar planes, pero en la realidad es más teoría para justificar cómo cobrar millonarios contratos, que no se reflejan en las micro, famis y pequeñas empresas, que se sostienen gracias a su astucia para mantenerse de pie. Nos utilizan, y ahora mucho más con la inteligencia artificial, que muestra cosas preciosas y la mayoría de emprendedores, por creer que las cosas les llegarán del cielo, estampan la firma, y quienes hacen su negocio son los expertos en transformación productiva: lo que prometen no se ve plasmado en las fábricas de zapatos, ropa y afines, mucho menos si hacen parte de la informalidad, que es la que suda la gota y quienes sacan pecho, son quienes se muestran como los cerebros del calzado y vestuario sin mover un dedo, valiéndose del conocimiento y la necesidad de quienes son maestros en el hacer e ingenuos en mercadeo, que, unido al miedo a ser visibles, los han ido sacando de la industria de la moda, que es bendita en el barrio de los zapateros: el Restrepo Ampliado, pero a la vez lánguida por la pobre actitud en



Foto: Yeka
 El sector productivo del barrio Restrepo Ampliado no está recibiendo recursos, pero la fabricación de zapatos continúa.

comercialización de la mayoría de productores, que prefieren perder dinero y someterse a lo que les impongan los comercializadores, que les pagan al precio que quieran y cuando quieren. El pago al contado tampoco hace parte del libreto y brillan por su ausencia los llamados contratistas que dicen tener la fórmula para fortalecer la zapatería y confecciones y no es así: aplican la más fácil... buscan a los organizados, a quienes les asignan stands y con eso justifican millonarios gastos, que engrosan los bolsillos de los que expresan estar realizando obras en pro de los zapateros y fabricantes de ropa... a esos personajes los deberían llevar a Sábados Felices, por chistosos. Estamos cansados de tantos engaños camuflados en cuentos reforzados, señalan quienes han caído en la red del firme aquí que de pronto les dan algo, pero tienen que postularse.

El barrio de los zapateros: El Restrepo Ampliado requiere recursos extraordinarios; de lo contrario, los fabricantes de calzado seguirán muriéndose lentamente (muchos de la vieja guardia ya se han marchado para el cielo) y los demás desaparecerán del ámbito empresarial, por insostenibilidad. Lo asqueroso del cuento es que el Estado sí asigna plata para que el desarrollo de la zapatería y afines no se detenga, lo lamentable es que los 'vivos' se apoderan de

los billetes y reparten las monedas.

Hecho en el Restrepo es una marca con resonancia mundial. Sin embargo, después de la pandemia, la industria del calzado cayó en una incertidumbre total: por ahora, ninguna entidad ha dado luces respecto a soluciones inmediatas que contrarresten el deterioro del aparato productivo.

La Alcaldía local, liderada por la ingeniera Luisa María Ramírez Riscos, ha centrado su tarea en visitar los barrios metro a metro, en organizar eventos de un día para artesanías, en invitar comerciantes a ferias fuera de la Localidad y en mostrar virtualmente lo que se intenta realizar, actuando más como una influencer que como la máxima autoridad de la zona, sin darle la importancia que merece el sector productivo, que ha venido de más a menos.

Es tanto el descuido que el Consejo de Productividad no está en firme, lo cual ha minimizado la presencia del empresariado... zapateros y afines, en el interactuar con el gobierno de la Zona 15, que toma decisiones a su criterio, cuando es indispensable contar con los industriales y comerciantes, quienes son los que conocen sus necesidades para armar estrategias que favorezcan a los zapateros, confeccionistas y afines, que necesitan mover la caja registradora.

Es tan delicada la situación que habría demandas para que la administración local invierta en lo que más identifica al sector: la industria y el comercio del calzado, confecciones y afines, que, como se ha dicho tantas veces, está padeciendo de un deterioro económico y es necesario frenar el gasto.

El barrio Restrepo Ampliado, sin industria del calzado y comercio, además de perder su identidad empresarial, dejaría a miles de personas sin empleo.

La gente se pregunta: *¿Cuál es el actuar de los ediles, quienes están para defender los intereses de la comunidad y del empresariado?*

TextiFortex
IMPORTADORA

WhatsApp: 317 639 8684 | 316 536 2734

Venta y Distribución de Insumos Textiles al por mayor

Venta de Insumos para Fabricación de Morrales

- Lona Codra
- Lona HRT
- Lona Morral
- Tifon
- Cerro Sport
- Tafetá
- Cremalleras
- Reatas
- Ribetes
- Malla Sandwich

Barrio Restrepo **Calle 18 sur # 24c -24.** Bogotá - Colombia

Vitaminas Empresariales

DE COMERCIANTE A EMPRESARIO: EL VERDADERO CAMINO DE LA FORMALIZACION



Por: Erwin Ureña Rivera*
Contador Público

LA informalidad empresarial continúa siendo uno de los mayores retos para el desarrollo económico de Colombia. De acuerdo con las cifras del DANE, más de la mitad de la población ocupada trabaja en condiciones de informalidad. Esta realidad no solo limita las oportunidades de crecimiento de miles de personas, sino que también afecta la competitividad de las empresas que cumplen con la ley.

Para comprender este fenómeno es importante diferenciar dos tipos de informalidad.

LA PRIMERA corresponde a quienes no cuentan con las condiciones para formalizarse. En este grupo encontramos vendedores ambulantes y trabajadores independientes que sobreviven gracias a sus ingresos diarios. Su acceso a la seguridad social es limitado, enfrentan una alta inestabilidad laboral y cualquier enfermedad o calamidad puede comprometer el sustento de sus familias. Aunque su actividad económica es pequeña, también contribuyen a dinamizar el comercio local mediante la compra de insumos y el consumo de bienes y servicios.

EL SEGUNDO grupo está conformado por quienes sí tienen la capacidad de formalizarse, pero deciden no hacerlo. Son comerciantes que cuentan con un local, una bodega o una oficina y desarrollan una actividad económica estable, pero operan al margen de las obligaciones legales y tributarias. Esta decisión genera una competencia desigual frente a quienes sí asumen los costos propios de la formalidad.

LA METAMORFOSIS DE COMERCIANTE A EMPRESARIO

A lo largo de mi experiencia profesional he observado que la mayoría de los empresarios recorren un camino muy similar.

Generalmente comienzan siendo excelentes operarios o comerciantes con un amplio conocimiento de su oficio. Motivados por la necesidad o por el deseo

de independencia, deciden iniciar su propio negocio.

En la primera etapa suelen pertenecer al régimen simplificado o no responsables de IVA, que les permite operar con menores obligaciones tributarias. Sin embargo, esta condición también limita su rentabilidad, ya que el IVA pagado en las compras se convierte en un mayor costo para el negocio.

Con el crecimiento de las ventas llega una segunda etapa: convertirse en responsable del IVA y asumir nuevas obligaciones tributarias, contables y fiscales.

Posteriormente, cuando el volumen de operaciones aumenta de manera considerable, la actividad económica deja de ser conveniente para una persona natural. En ese momento surge la necesidad de proteger el patrimonio personal mediante la constitución de una empresa, generalmente bajo la figura de una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.).

Esta transición no debe realizarse de manera improvisada. Requiere una planeación financiera adecuada, estabilidad en el flujo de caja, una estructura clara de costos y gastos, así como la capacidad de cumplir oportunamente con las obligaciones legales.

Ser empresario implica asumir responsabilidades como:

Cumplir con las obligaciones tributarias nacionales y territoriales.

Realizar correctamente los aportes al Sistema de Seguridad Social.

Implementar el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.

Cumplir con toda la normatividad laboral.

Facturar electrónicamente.



Erwin Ureña Rivera

Generar la nómina electrónica.

Llevar una contabilidad organizada y un adecuado control tributario.

Cumplir con las disposiciones propias de cada actividad económica.

Por esta razón, convertirse en empresario no consiste únicamente en abrir una empresa; significa construir una organización sostenible capaz de crecer y mantenerse en el tiempo.

LA FORMALIDAD FORTALECE LA COMPETENCIA

Cuando una empresa decide mantenerse en la informalidad reduce artificialmente sus costos al omitir obligaciones laborales, tributarias y de seguridad social. Esto le permite ofrecer precios inferiores, pero genera una competencia desleal frente a quienes sí cumplen con todas las normas.

Los recursos provenientes de los impuestos financian infraestructura, educación, salud y programas de desarrollo empresarial que benefician a toda la sociedad. De igual manera, los aportes al sistema de seguridad social garantizan protección para los trabajadores y sus familias.

La formalización no debe entenderse únicamente como una obligación legal, sino como una inversión en el crecimiento del negocio. Una empresa formal tiene mayores posibilidades de acceder a financiación, establecer relaciones comerciales con grandes compañías, participar en convocatorias públicas y privadas, fortalecer su reputación y generar confianza entre clientes y proveedores.

SER VISIBLE TAMBIÉN GENERA OPORTUNIDADES

Muchos emprendedores consideran que formalizarse significa únicamente pagar impuestos. En realidad, representa mucho más que eso.

Formalizar un negocio abre las puertas al acceso a programas de fortalecimiento empresarial, capacitaciones, ruedas de negocios, acompañamiento institucional y diversas oportunidades ofrecidas por entidades como las Cámaras de Comercio y las Secretarías de Desarrollo Económico.

Por el contrario, permanecer en la informalidad limita el crecimiento del negocio, dificulta el acceso a beneficios, aumenta la posibilidad de enfrentar sanciones por parte de las autoridades competentes y pone en riesgo su patrimonio.

REFLEXIÓN FINAL

En conclusión, la formalidad no debe verse como una carga, sino como el siguiente paso natural para quienes desean construir empresas sólidas, competitivas y sostenibles.

Como empresarios tenemos una responsabilidad que trasciende nuestros propios intereses. Cumplir con las obligaciones laborales y tributarias significa contribuir al bienestar de nuestros trabajadores, fortalecer la competencia leal y aportar al desarrollo económico del país.

Las empresas que permanecen en la formalidad no solo generan riqueza; también construyen confianza, crean empleo de calidad y se convierten en protagonistas del crecimiento de Colombia.

*Instagram: vitaminasempresariales

*Tik Tok: @vitaminasempresariales



Instagram : @priassport

Tik tok: @priassport

Facebook: priassport

Calle 48 b sur #78 n 27
Casablanca Miraflores
Kennedy



Pizzeria y Comidas Rápidas

BETTO'S

PIZZA®

Calidad y Sabor

¿QUE OFRECEN? ¡Se preguntaran los que no nos han visitado todavía!



DELICIOSAS Y VARIADAS PIZZAS en combinaciones maravillosas como: pollo y champiñón **Ufff!**, o la tropical con ese saborcito dulce de la fruta con formula de la casa, la de carnes con el saladito característico de los productos de primera calidad que se emplean para llegar a ese sabor especial, la de costillas BBQ, o para los amigos de la comida picantica la mexicana **inolvidable**, ni que decir la de **chocolate con fresas** para los amantes del cacao en su máxima expresión, y todas las combinaciones que se puedan imaginar y encontrar en la carta.



¡Ademas las **ESPECTACULARES HAMBURGUESAS!** con el característico sabor de la casa, por ejemplo la doble carne con queso y vegetales mas las salsas de la casa que la hacen un bocado delicioso al degustarla, y no se queda atrás la de carne y pollo también con queso y los adicionales que le quieras colocar, la especial de pollo o la estofada ,eso para solo darte una idea por que tienen **más de diez combinaciones**.

También encuentras **PERROS CALIENTES**, el tradicional tipo americano hasta el transmilenio con todo, salchicha americana, queso, vegetales, huevos de codorniz y las salsas de la casa que lo hacen inigualable. No se nos puede pasar por alto que también encuentras **AREPAS RELLENAS, PANZEROTIS, MAZORCADAS Y LOS YA AFAMADOS PATACONES CON TODO**. Ahora si quieres algo mas formal también tenemos nuestro **CHURRASCO O CARNE ASADA**, de carnes maduradas, **COSTILLITAS** o las **ALITAS BBQ, PECHUGA A LA PLANCHA O ENSALADA BETTOS**, acompañado todo lo anterior con jugos naturales preparados al momento que lo solicites o malteadas.



DOMICILIOS

314 459 1565 – 311 856 6029 – 601 567 1344
Trv.24 i No.15-73 Sur –BARRIO RESTREPO LA VALVANERA
Bogotá, D.C. Colombia

ADHESIVOS PARA LA INDUSTRIA DEL CALZADO: FORTALEZAS Y VENTAJAS COMPETITIVAS EN COLOMBIA

Por: Ingeniero Carlos Andrés López Tejada*
Análisis Especial para el Periódico El Peletero

En un par de zapatos, el adhesivo representa entre el 4 % y el 5 % del costo total de producción. Pero cuando el pegue falla, la pérdida no es del 5 %: es del 100 % del producto, más la devolución, el reproceso y, lo más costoso de recuperar, la reputación de la marca. Pocas veces un insumo con tan poco peso en la estructura de costos concentra tanto riesgo. Esa desproporción explica por qué el adhesivo dejó de ser una compra por precio para convertirse en una decisión técnica de fondo.

EL CONTEXTO COLOMBIANO

La manufactura de calzado en Colombia se concentra en clústeres de perfiles muy distintos: Bogotá con el Restrepo como epicentro histórico, Bucaramanga, Cúcuta, Valle del Cauca y Antioquia. Sobre ese mapa pesan tres presiones que redefinen la selección de insumos: la competencia del producto importado, que obliga a diferenciarse por calidad y durabilidad más que por precio; la exigencia de las marcas, que ya auditan resistencia al despegue y trazabilidad de insumos químicos; una regulación ambiental y de salud ocupacional cada vez más estricta. En ese cruce, el adhesivo pasó de insumo silencioso a factor competitivo visible.

LAS TECNOLOGÍAS Y PARA QUÉ SIRVE CADA UNA

Poliuretano (PU). Es la columna vertebral del pegado suela-corte en calzado de calidad. Su fortaleza es la versatilidad: pega cuero, sintéticos, caucho, EVA, TPU, PVC y TR con una resistencia que ninguna otra familia iguala de forma tan transversal, y responde bien al calor, la humedad y

la flexión repetida, los tres frentes por donde falla un zapato en uso real. Requiere reactivación térmica y prensado, y vulcanizante entre el 3 % y el 5 % en dotación, seguridad y exportación.

Policloropreno (neopreno). Los cementos de contacto tradicionales. Secado rápido y adhesión inicial elevada, lo que permite ritmos de producción altos sin equipos sofisticados. Siguen siendo competentes en preparación de cortes, forrado de tacones, plantillas y trabajo sobre cuero y textiles. En el pegado de suelas cedieron terreno frente al PU: no dejaron de servir, subió el estándar de exigencia.

Base agua. La tecnología con mayor recorrido por delante. Al eliminar los disolventes orgánicos resuelve tres problemas a la vez: exposición del operario a vapores tóxicos, riesgo de inflamabilidad y emisión de compuestos orgánicos volátiles. Las dispersiones de poliuretano ofrecen características muy cercanas a las de su equivalente en base disolvente y mayor contenido de sólidos, de modo que se aplica menos producto por par. Su punto débil es el secado, más lento a temperatura ambiente: rinden mejor con túnel y aplicación a pistola.

Hot melt (EVA y PUR). Adhesivos 100 % sólidos aplicados en caliente. Sin disolventes, curado muy rápido y sin necesidad de túneles de secado. Se usan en topes y contrafuertes, montado, plantillas, espumas y componentes internos. Exigen equipo específico y trabajan



Carlos Andrés López Tejada

con tiempo abierto corto.

Cianoacrilatos. Fijación puntual y reparación rápida. Útiles en retoque y ajuste de piezas, pero no son un adhesivo estructural para el pegado completo de la suela.

NADA DE ESTO FUNCIONA SIN PREPARACIÓN DE SUPERFICIE

El mejor adhesivo del mercado falla sobre una superficie mal preparada. Los materiales llegan de fábrica con desmoldantes, siliconas, grasas y residuos de proceso químicamente incompatibles con cualquier tecnología adhesiva. La secuencia depende del sustrato, pero se apoya en cuatro herramientas: limpieza y desengrase, cardado mecánico donde el material lo resista, halogenado para cauchos y TR, y primer específico. En cueros grasos, el primer especializado no es opcional.

Material de la suela	Tratamiento y adhesivo recomendado
Caucho vulcanizado	Cardado suave, limpieza, halogenado y primer. PU o policloropreno.
TR	Sin cardado. Limpieza, halogenado y primer. PU.
TPU	Limpieza y primer. PU.
PVC y expandido	Sin cardado ni halogenado. Limpieza y primer. PU.
Poliuretano (PU)	Cardado, limpieza y primer. PU
EVA / microporosa	Limpieza y primer especializado para EVA, PU
Cuero	Cardado, limpieza y primer (especializado si es graso). PU o policloropreno.

Guía de referencia. Los parámetros definitivos deben validarse con pruebas en cada planTA.

CINCO DIMENSIONES DE VALOR

Cuando se evalúa un adhesivo únicamente por su precio por kilo, se está mirando una sola de las cinco

dimensiones donde ese producto genera o destruye valor.

Técnicas. Alta resistencia de unión entre materiales difíciles, flexibilidad permanente ante miles de ciclos de flexión, resistencia al calor, la humedad y la hidrólisis, y compatibilidad multimaterial que habilita diseños antes inviables.

Productivas. Menores tiempos de ensamblaje, menor desperdicio por dosificación controlada, aplicación manual o automatizada y consistencia de calidad entre lotes, que es lo que permite comprometer volúmenes.

Comerciales. Menos reclamaciones por despegue, cumplimiento de especificaciones exigidas por marcas nacionales e internacionales, producto de mayor valor agregado y construcción de reputación de marca.

Ambientales y de salud ocupacional. Tecnologías base agua y de bajos VOC, libres de tolueno; eliminación del riesgo de neuropatía

asociado al n-hexano; mejor ambiente de trabajo, con impacto directo en ausentismo y rotación.

Económicas. Mayor rendimiento por unidad aplicada, reducción de reprocesos, devoluciones y costos de garantía, y menor costo de extracción y gestión de residuos peligrosos.

RECOMENDACIONES PARA EL

FABRICANTE COLOMBIANO

Identifique primero los materiales de capellada y suela. Todo el proceso se deriva de ahí.

Estandarice la preparación de superficie: cardado, limpieza, halogenado y primer son el 80 % del resultado.

Valide con pruebas propias los tiempos entre procesos, la temperatura de reactivación y la presión de prensado.

Mida el costo sobre el par terminado, no sobre el kilo comprado, incluyendo rendimiento, reprocesos y garantías.

Evalúe la migración a base agua por etapas: empiece por preparación de cortes y avance hacia la unión corte-piso a medida que ajuste el secado.

Invierta en ventilación localizada y EPP: extracción en la fuente, respiradores con filtro para vapores orgánicos y guantes de nitrilo, porque el látex no protege contra solventes.

CONCLUSIÓN

Un adhesivo de alto desempeño no solo une materiales: une calidad, productividad, innovación y confianza. La industria colombiana del calzado tiene tradición, capacidad instalada y talento técnico. Lo que necesita es dejar de tratar el pegue como el último paso del proceso y verlo como lo que es: el punto donde se decide si el producto llega al final de su vida útil sin fallar. Ahí, en ese 4 % del costo, se juega el 100 % de la reputación.

*Celular: 313 711 6189

Email: lopez78@gmail.com

BOTAS Y BOTINES VARGAS ¡SOMOS FABRICANTES!

👉 Ventas al por mayor y al detal

📍 Diagonal 17 c sur #24 h 32 Restrepo

📍 Calle 13 sur #10c-61 San Cristóbal

☎ 3166817061-3046661561

Gracias Periódico El Peletero por su constante labor ACOLCUR SE UNE A LA CELEBRACIÓN

Por: Oscar Duque Vargas
Vicepresidente Junta Directiva



Foto: Especial
El cuero es más que un producto industrial.

LA Asociación Colombiana de Químicos y Técnicos de la Industria del Cuero – ACOLCUR – se une a la celebración de los 30 años del Periódico El Peletero. Agradecemos la labor permanente en apoyo a la manufactura en cuero y a la defensa de la industria nacional responsable y sostenible. Felicitamos a su Director, José Yesid Angulo Campos, por su compromiso y entrega permanente en defensa del trabajo honesto y la empresa responsable. En Acolcur valoramos la colaboración que siempre nos han brindado.

FELICITACIONES DON YESID Y ADELANTE CON ESA LABOR TITÁNICA QUE TANTO BIEN LE HACE A LA INDUSTRIA Y AL PAÍS.

ACOLCUR, fiel a su misión, continúa trabajando por el crecimiento de una industria curtidora responsable y sostenible y por la capacitación permanente de sus asociados y amigos.

Es así como en el año 2026 venimos trabajando de la mano de eslabones muy importantes de la cadena como son las plantas de sacrificio y la industria manufacturera. Con la primera buscamos que las pieles sean desprendidas de la res sin generar daños, huecos o cortes que afecten su calidad. Con los segundos, se trabaja en reconocer en el cuero las cualidades de sostenibilidad, durabilidad y versatilidad, a fin de que prefieran el cuero por encima de materiales alternativos.

Para la celebración del 49 aniversario de Acolcur a finales de junio, se presentó una conferencia titulada LA NUEVA

INDUSTRIA CURTIDORA, en la cual se mostró a todos los relacionados con el gremio cómo ha evolucionado nuestro oficio, jalonado por los fenómenos postpandemia, desarrollo tecnológico, cambios geopolíticos, Inteligencia Artificial, etc.

A continuación presentamos un compendio de la conferencia:

“El cambio es la única constante en el universo”, Isaac Asimov

Para los que estamos de alguna forma interactuando con las personas y los acontecimientos del sector del cuero, es claro que se vienen sucediendo una serie de cambios a nivel mundial y nacional, que nos obligan a que pensemos y actuemos de modo diferente. Ya no basta con tomar una piel cruda y transformarla hasta un cuero terminado con eficiencia, calidad, innovación tecnológica, rentabilidad, ecología, favorecimiento social y beneficio ambiental. Se necesita ir más allá, se requiere autocrítica y no seguir en un greenwashing o en una falsa sostenibilidad.

El uso de nuevas herramientas nos ayudará a ubicarnos con claridad en el negocio, comprar al mejor proveedor global, innovar al ritmo que el mercado lo pide, producir con eficiencia y usando tecnologías modernas, vender al mejor cliente y crecer jalonado por un mercado mundial exigente.

Hoy la piel no es ese subproducto que si no se curte se convierte en un material contaminante; hoy la piel es vista por la industria alimentaria como un subproducto rico en grasa y proteínas, las pieles crudas están siendo

arrebataadas a los impávidos curtidores por una agresiva y creciente industria que extrae de ellas colágeno, proteínas colagénicas, proteínas funcionales, alimentos, juguetes para mascotas, etc.

Hoy los curtidores del mundo, que hemos sufrido una reducción de cerca del 50%, en los últimos diez años (en número de establecimientos dedicados a la transformación y en número de pieles curtidas), debemos trabajar en optimizar y blindar nuestro oficio. Las curtiembres necesitan hacer alianzas estratégicas con los pocos manufactureros en cuero que quedan en nuestros países. En Europa ya lo han venido haciendo y es así como en España, las curtiembres, que entendieron la necesidad del cambio, han hecho alianzas con marcas top, su producción se enfoca casi que exclusivamente en atender las necesidades de su partner, llámese Louis Vuitton, Hermes, Ferragamo, Gucci, etc. Las curtiembres alemanas igualmente hacen alianzas con marcas de automóviles y logran sinergias donde hay un compromiso de exclusividad y desarrollo que beneficia a ambos.

Trazabilidad digital para garantizar el origen ético, que la ganadería de donde provienen las pieles que estamos trabajando no haya afectado el sistema con deforestación ilegal. Medida de la huella ambiental a lo largo de toda la cadena de suministro (terrenos usados, manejo de la finca ganadera, planta de sacrificio, transporte).

ACCIÓN INMEDIATA APLICABLE A LOS PROCESOS: Trabajar en fortalecernos como infraestructura verde y competitividad responsable. Debemos seguir defendiendo la

herencia artesanal, pero enfatizar en las exigencias ecológicas, desarrollo, modernización y sostenibilidad que pide el mercado global.

ACCIÓN INMEDIATA APLICABLE AL PRODUCTO (CUERO TERMINADO): Uso de herramientas de mercadeo, identificación de nichos que reconocen y valoran el cuero con visos de material exclusivo y lujoso, identificar mercados donde el cuero por tradición y ancestro no ha perdido su posición, usar herramientas de mercadeo moderno que nos ayuden a tomar decisiones basados en datos, usar herramientas que nos ayuden a identificar mercados ocultos, adquirir destrezas para mejorar las relaciones con los clientes, logrando alianzas y fidelizaciones.

OPORTUNIDAD REAL HOY: Una oportunidad de mejora y adaptación al cambio se hace evidente hoy con la demanda de pieles en tripa y carnazas para la creciente industria de proteína animal, colágeno y alimentos para mascotas. La selección de las pieles colombianas es baja y por ello cada día se orientan menos para la industria curtidora y más para la industria de alimentos. Un estudio del 2025 nos mostró que de los 3.5 millones de pieles generadas en las plantas de sacrificio se destinaron para industrias relacionadas con alimentos 1.5 millones, distribuidos así: pieles secas exportadas (10%), pieles de baja selección para colágeno (85%), pieles para alimentos de mascotas (5%). Adicionalmente el 85% de las carnazas generadas en la curtiembre al hacer la dividida en tripa, fueron enviadas a las plantas extractoras de colágeno.

Estamos entonces frente a un nuevo cliente que está pidiendo que el material que le entreguen las curtiembres, sea tratado desde sus inicios con un enfoque técnico y de proceso diferente al tradicional pelambre con cal y sulfuro de sodio.

Esta realidad nos obliga a replantear parte del negocio y a empezar a hablar en la zona de pelambre de temas como: Pelambre enzimático, enzimas activas, amilasas, proteasas, lipasas, inocuidad, ácido láctico, digestibilidad, palatabilidad, BPM, etc.

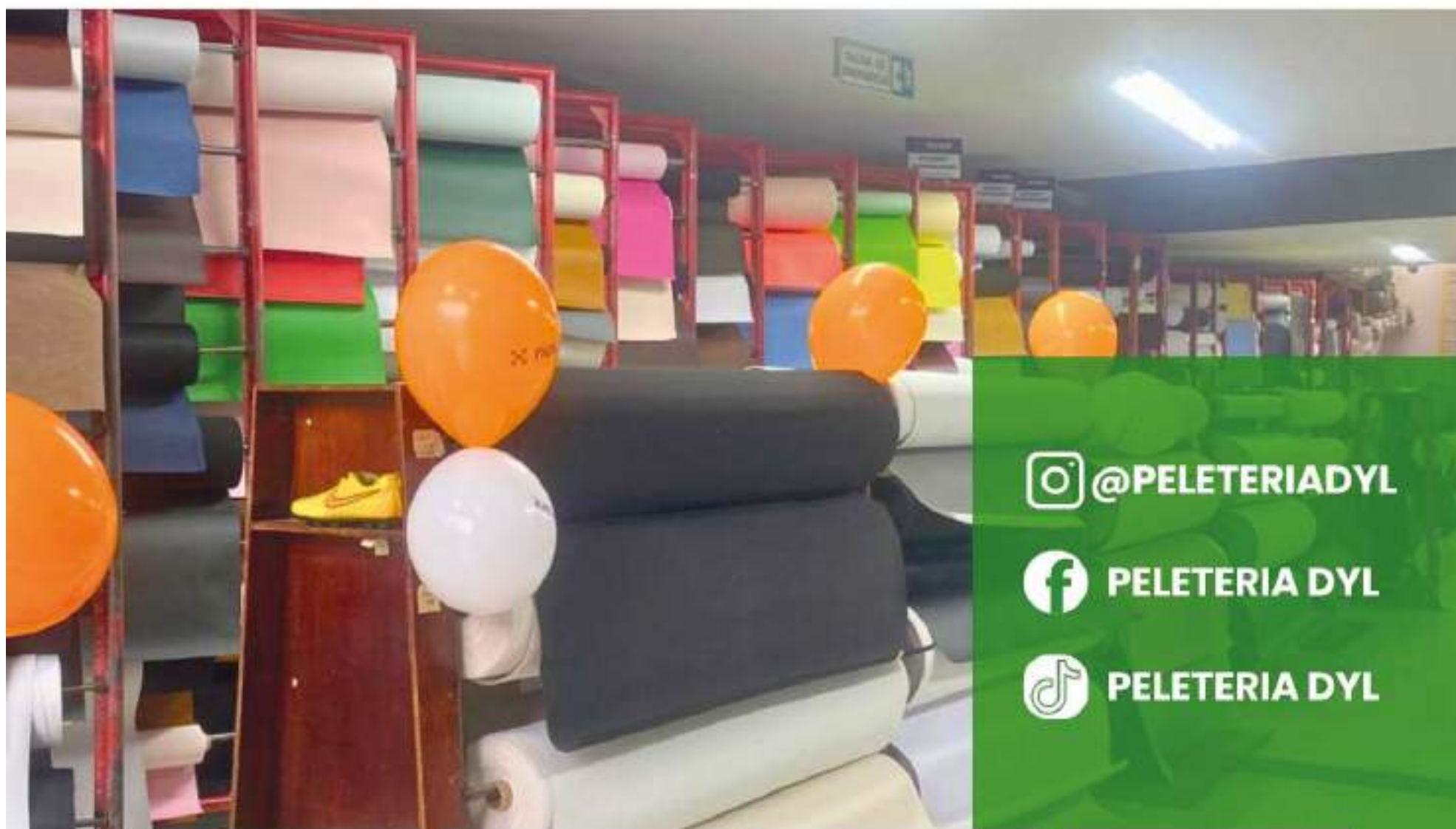
CONCLUSIÓN

Valorizar las pieles apelambradas de baja selección y las carnazas en tripa con procesos orientados hacia alimentos, si hacemos el proceso que el cliente necesita y cumplimos con las exigencias de este nuevo nicho, entonces estamos haciendo realidad el cambio y evidenciando una evolución en coherencia con las realidades que el mundo nos ofrece.

Valorizar el proceso al interior de la curtiembre utilizando las pieles de buena selección, aplicar tecnología de punta, apoyarse en todas las herramientas que el desarrollo tecnológico y la IA ofrecen y encontrar el cliente ideal que puede estar en cualquier lugar del mundo.

PELETERÍA D&L S.A.S

**MATERIALES E INSUMOS PARA LA INDUSTRIA
DEL CALZADO Y LA MARROQUINERIA**



 @PELETERIADYL

 PELETERIA DYL

 PELETERIA DYL



 **320 231 8045**

 **601 743 5640**

 **peleteriadyl@hotmail.com**

 **Carrera 24F N° 18 - 59 sur - Barrio Restrepo - Bogotá, Colombia**

EL PELETERO Y 30 AÑOS DE DESARROLLO DEL SECTOR DEL CALZADO, EL CUERO Y SUS MANUFACTURAS

Su bitácora en el barrio Restrepo

Por: Antonio José Londoño Vélez
Ex presidente ACICAM y FEDECUERO

HACE 30 años, más exactamente el 22 de julio de 1996, entró en circulación, con el nombre de Fabricantes y Peleteros, el Periódico El Peletero. Nos aprestamos a celebrar sus primeras tres décadas de vida y que mejor manera de hacerlo que rindiendo un homenaje a su labor diaria, a su lucha constante por realizar su misión de vocero y permanente defensor del sector del calzado, el cuero y sus manufacturas. Una voz nacional e internacional que ha recogido, con particular referencia, el sentir y muchas veces el clamor de un empresariado de base hecho a pulso en los talleres de producción de colombianos llegados de diferentes partes del país, como resultado de los procesos de desplazamiento forzoso de los años cincuenta del siglo pasado, a radicarse en el Barrio Restrepo y en las barriadas vecinas de otros desarrollos icónicos del sur de Bogotá como el Olaya, el Centenario, el Santander, Ciudad Jardín y las primeras etapas del Quiroga, entre otros.

Pero ¿cómo era la actividad del sector hace 30 años?, ¿cuál su problemática de desarrollo y que caracterizaba la vida de sus protagonistas en el día a día?

Nos aventuramos a dibujar una panorámica de la época para compararla con una de la actualidad. Para ello “echamos mano” a tres fuentes, la documentación existente, al testimonio de protagonistas directos y, en alguna medida, a nuestra propia memoria. En la primera, el texto de referencia fue la edición Número 1 del periódico, con licencia aún en trámite y, como hasta hoy, con distribución gratuita. La segunda una charla, por demás amena y cargada de nostalgia con nuestro entrañable amigo Luis Alfredo Alba Pinzón, “El Tigre”, y una segunda, siempre crítica y cargada de experiencia, con Manuel Bogoya, personaje icónico de la actividad gremial y productiva del sector, ambos protagonistas de su historia. En nuestro caso, interactuamos, validamos y celebramos el haber vivido muchos de los hechos relatados y las anécdotas compartidas.



Antonio José Londoño

actividades promotoras de la imperiosa necesidad de integrar y asociar a proveedores, fabricantes y comercializadores de calzado y, en muchas de ellas, a sus trabajadores.

El primero, el particular modelo de apertura que asumió Colombia a comienzos de la década, fue motivo de permanente denuncia en El Peletero ante la pérdida sistemática de empresas y el consecuente creciente desempleo que conducía de manera sistemática al debilitamiento de la cadena productiva del calzado, el cuero y sus manufacturas. Una cadena equilibrada cuya capacidad de producción se soportaba, antes de la apertura, en la dinámica de crecimiento del mercado colombiano, atendiendo sus necesidades, que por la época superaban los cien millones de pares de zapatos al año, con una importante participación de los productores del Restrepo. Era la época de las empresas hechas a pulso soportadas en la suficiencia, en el suministro de materias

la referida apertura, el posterior Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, la competencia desleal y el contrabando, agravados por la crisis económica de finales de la década. En los noventa la promoción de exportaciones pasó de ser una política complementaria a la del crecimiento, soportado en la atención de las necesidades del mercado interno, a una alternativa de forzosa consideración, ante la pérdida de competitividad en un mercado interno que, como resultado de un modelo de apertura carente de gradualidad y oportunidad de preparación para la mejora de la competitividad de las empresas, fue invadido por el calzado importado legal e ilegalmente. Se estima que como resultado de la apertura desaparecieron empresas, pequeñas, medianas y grandes, que tenían una capacidad de producción equivalente a 60 millones de pares al año, los cuales se reemplazaron con este tipo de importaciones. Es oportuno destacar que, derivado de lo anterior, la balanza comercial se convirtió en negativa con importaciones creciendo al 102% anual, como en 1997, equivalente



Si bien podría decirse que su enfoque principal ha sido empresarial, con significativos aportes en el desarrollo gremial, fabril y comercial del sector, desde sus orígenes ha tenido un fuerte impacto en el desarrollo social de la comunidad que constituye el entorno de su actividad, vinculando en sus notas y las actividades que promueve tanto a los productores y comercializadores como a sus trabajadores.

Los titulares del Periódico Fabricantes y Peleteros, hoy El Peletero, en esa edición inicial, hacían referencia, en particular, a tres temas que reflejaban la problemática que enfrentaba el sector y sus intereses de la cotidianidad: los efectos de la apertura económica de comienzos de la década de los noventa y el creciente contrabando; la gestión comercial a través de las ferias y la informalidad. Y en lo social y de interés de la comunidad, las

primas y en una capacidad técnica acumulada que les permitía producir una amplia gama de zapatos, entre los que destacaban los deportivos, de dama, caballeros y niños. Era la época en la que los productores del barrio se complementaban con las capacidades productivas de fábricas como Grulla, Croydon, Panam, Calzado La Corona, entre algunas de las más representativas, que luego terminarían desapareciendo al no soportar la suma de los efectos de

al ingreso de más de 13,5 millones de pares de zapatos adicionales en un solo año. Tema recurrente en la denuncia y solicitud de apoyo estatal en las ediciones del Periódico El Peletero en esos años.

El segundo tema que cobraba fuerza en la época era el de la promoción comercial soportada, como hoy, en el desarrollo de los eventos feriales. En la primera edición del periódico se promocionaba la



realización de la trigésima versión del Colombian Leather Market, la feria del cuero y el calzado, desde entonces en CORFERIAS en Bogotá, con el liderazgo de CORNICAL, y se registraban las opiniones sobre su impacto tanto de su presidente Víctor González, como de María Ángela Tavera, presidenta de ASOCUEROS, gremio con el que competía. Años después, en 1998, se iniciaría el proceso de fusión de los dos gremios que llevaría en 1999 al nacimiento de la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas (ACICAM), de la que tuve el honor de ser su presidente ejecutivo, luego del paso de su Presidente Fundador, mi gran amigo Andrés Zuluaga Camacho.

El nacimiento de ACICAM en medio de la profunda crisis económica que vivía el país, y la falta de articulación con otros espacios gremiales nacientes, como en los casos de Bogotá con CORINCA, y de Bucaramanga con ASOINDUCALZ, que representaban la actividad sectorial en el barrio Restrepo, en el primero y el barrio San Francisco, en el segundo, planteaban retos adicionales a la gestión gremial que se me encomendó. Para empresarios como el referido Alfredo Alba el modelo gremial que implementamos, basado en la inclusión y en el colocar al empresario en el centro de la gestión y de la oferta de servicios, fue la fórmula de éxito consolidada con la realización, en febrero de 2000, de la primera versión del INTERNATIONAL FOOTWEAR AND LEATHER SHOW - IFLS -, en la que se integraron los gremios regionales referidos y a los que se sumó UNIVAC, con las empresas del Valle del Cauca, lideradas por Rómulo Marín, quien fue pieza fundamental al motivar en la región el voto de confianza al modelo ferial propuesto y a la gestión del gremio. Para muchos, como Rómulo y Alfredo, esa ha sido, hasta hoy, la mejor versión del IFLS realizada.

El periódico, en su edición No.13 de febrero de 2000, dejó constancia de dicho hito al registrar y celebrar la participación amplia de los empresarios del Restrepo, en número y área de exposición, después nunca igualada, y en una clara demostración de la respuesta que los empresarios estaban dispuestos a dar a la convocatoria a este tipo de espacios feriales con procesos adecuados de preparación y con base en ejercicios de articulación gremial entre pares. Se celebraba, del mismo modo, el lanzamiento de un nuevo modelo ferial en el IFLS al contar, por primera vez, con un país invitado referente del desarrollo del sector en el mundo como fue el caso de Italia, resultado de las alianzas que logramos desde ACICAM con el Instituto Italiano de Comercio Exterior -ICE- y la Cámara de Comercio Colombo Italiana. Dicho evento ferial marco un hito difícil de superar: la presencia de Roberta Di Camerino exponiendo sus productos como un referente de desarrollo para los productos colombianos y dejando una muestra de su historia con el montaje durante los días de feria de su Museo, en el que se exhibieron piezas icónicas como el bolso Bagonghi utilizado por la famosa actriz Grace Kelly en 1956, valuado en la época en US\$ 50.000 y que, actualmente,

se estima tiene un precio base de subasta superior a los US\$200.000. Era parte de un ejercicio pedagógico, como los que siempre ha respaldado El Peletero, para mostrar a nuestros empresarios las características de la competencia en un mercado global en el que para competir resulta indispensable entender sus dinámicas y acceder a información que permita seleccionar adecuadamente el nicho en el que se proyecta participar. Era traer las empresas de clase mundial a los empresarios del sector.

El periódico estuvo allí, tanto en la promoción como en su cubrimiento, con el cual empezó a consolidar su presencia fuera de Bogotá en la medida que los temas tratados eran siempre del



interés de los zapateros, independientemente de si éstos estaban en el barrio Restrepo o en Bucaramanga, Cúcuta, Medellín, Cali o en Ecuador, donde empezó a llegar, de la mano con CORINCA, en desarrollo de las misiones comerciales que generaron toda una época de promoción e identificación de oportunidades para el sector.

La charla siempre retadora con Manuel Bogoya nos condujo al tercer tema al abordar la discusión sobre los obstáculos que enfrentaba el desarrollo de las empresas del sector en el Barrio Restrepo hace treinta años y que mantienen vigencia hoy. Hablamos de la informalidad como el gran problema, de las brechas en la formación del talento humano y de la necesidad inaplazable de "cambiarle el chip" a los empresarios, como únicas alternativas para dar el salto de calidad que necesita el sector para avanzar en la transformación de un modelo empresarial que aún añora, como hace treinta años, la protección y el subsidio que, en su ausencia, han condenado a muchas unidades productivas a su desaparición cuando no al ostracismo y la ineficiencia.

Dicho modelo predominante no solo las ha alejado de la posibilidad de transformación en unidades productivas modernas, eficientes y competitivas, sino que las ha conducido a su paulatina desaparición de un mercado donde el contrabando y la subfacturación del producto chino, que ya empezaba a tomar fuerza en esa época, dejó de ser la única amenaza y hoy se mezcla con una abundante oferta, legal e ilegal, proveniente de Ecuador, Brasil, Portugal, Perú y cada vez más de India. Compartimos con Manuel que, en términos generales, el panorama actual no es significativamente diferente al de esos años y que se ha avanzado muy poco en formalización, crecimiento y modernización empresarial, hoy atributo de unos pocos, y que ésta sigue siendo una tarea pendiente para la transformación del sector. Concluimos que, aunque la oferta local aún cuenta con evidentes oportunidades en productos como los del de cuero, el calzado de dotación y la moda, aún se requiere profundizar en factores como la incorporación de valores diferenciadores y, como en los días de surgimiento del periódico, estudiar con mayor detenimiento y aprovechar las oportunidades que dichos productos siguen teniendo en el mercado internacional.

El Peletero en sus 30 años ha dejado, del mismo modo, una huella profunda en su afán de trabajar por la integración de las empresas del sector, del clúster que de manera espontánea se fue consolidando en el Barrio Restrepo. Desde el periódico, con la organización, promoción y cubrimiento no han sido pocas las actividades

de integración empresarial y compromiso social con la comunidad que se han materializado. Retomamos con "El Tigre" algunas de las más relevantes durante los primeros años de circulación del periódico, junto a José Yesid Angulo Campos, su fundador, y la permanente presencia de figuras como Luis Enrique Gómez, el popular "Padrino", destacamos los torneos de microfútbol con la Copa Cuerotigres en sus seis versiones, la primera en 1996, año de inicio de labores del periódico y difundida en éste, aprovechando el bagaje periodístico de José Yesid, al frente de la sección deportiva de El Nuevo Siglo y sus recordadas transmisiones radiales del Hexagonal del Sur en el barrio Olaya, donde nos conocimos siendo yo futbolista aficionado y lejos de imaginar que Dios nos volvería a poner en el mismo camino, esta vez en la actividad gremial del sector.

Cómo no recordar las clásicas de ciclismo del Restrepo difundidas en el periódico y que posibilitaban acciones de mejora en el barrio con obras de pavimentación y limpieza. El ciclismo ocupó lugar destacado en varias ediciones del



Foto: Yeka

José Yesid Angulo Campos y Luis Alfredo Alba Pinzón,
líderes incondicionales, que han buscado lo mejor para la industria del calzado y afines de Bogotá y de Colombia.

periódico, desde la uno, en la que se le rindió un merecido homenaje a Alfredo Alba, padre, ciclista de reconocida trayectoria y generador de no pocas alegrías a los aficionados del barrio.

el acceso a mercados y frente al desafío de la formalización sobre los que de manera reiterada llama la atención El Peletero junto a la denuncia de la ausencia, cuando no el marginamiento

Y en lo gremial, con un profundo sentido social, como no destacar la contribución del periódico en la gestión y promoción de otros eventos icónicos para el sector del calzado en el barrio, como la Semanota Comercial del Restrepo, en su primera versión en 1996 y la primera Feria Comercial en el Parque de La Valvanera en 1999, con el apoyo de la Cámara de Comercio de Bogotá, que por esa época, no solo sabía escuchar al empresario sino que conocía y vivía la realidad de la actividad productiva del barrio en persona de dirigentes inolvidables como, el amigo de todos, Germán Triviño y mi gran amigo y compañero de gestas gremiales el doctor Germán Jaramillo Rojas (q.e.p.d.), fundamental con su apoyo a dicha primera feria.

El desarrollo del sector en el nuevo milenio ha estado lleno de altibajos en la dinámica productiva y marcado por la persistencia de las luchas, ya esbozadas desde finales del siglo anterior, contra el contrabando, por el acceso a mercados y frente al desafío de la formalización sobre los que de manera reiterada llama la atención El Peletero junto a la denuncia de la ausencia, cuando no el marginamiento

permanente a las pequeñas y micro unidades productivas del Restrepo en los pocos programas y proyectos gubernamentales, nacionales y locales, en los que se privilegia un grupo reducido y recurrente de empresas beneficiadas y, en lo que es peor, se condiciona dicha ayuda a la pérdida de autonomía del empresario para decidir sobre el futuro que quiere para su empresa. El Peletero ha mantenido una línea de denuncia, pero también de reconocimiento al acierto de iniciativas pensadas y ejecutadas en beneficio del sector, como los esfuerzos para sacar adelante, en alianza con la cooperación internacional, modelos de formación de Talento Humano para dar respuesta a la necesidad específica de mano de obra calificada. Ejemplo de ello han sido los Talleres Escuela de Calzado, implementados inicialmente en el Valle del Cauca de la mano con UNIVAC, el CDP y FEDECUERO y que en su momento fue alternativa de solución a las necesidades de mano de obra para las empresas del sector en el barrio Restrepo, con el apoyo del 'desaparecido' ANSECALZ y la cooperación de Naciones Unidas. Posteriormente el modelo llegó a Cúcuta con la cooperación alemana y el apoyo de la Alcaldía y CORPOINCAL, el gremio local.

Han sido 30 años de acompañar a los empresarios del sector del calzado, el cuero y sus manufacturas, con particular referencia a los del barrio Restrepo de Bogotá, en su lucha por la mejora de condiciones productivas y laborales que garanticen su permanencia en un mercado imperfecto cada vez más concurrido. Si bien es cierto que no siempre se ha alcanzado el éxito en las causas que ha emprendido o apoyado a favor del sector, no lo es menos que siempre ha quedado en la memoria de los empresarios la imagen de compromiso y dedicación que ha caracterizado la presencia del Periódico El Peletero en los acontecimientos más relevantes del sector y, lo que es más importante para todos, en el acompañamiento y vivencia de su problemática en el día a día.

GRACIAS POR SU PRESENCIA Y COMPROMISO:
¡LARGA VIDA AL PERIÓDICO EL PELETERO!

**ESPECIALISTAS EN CUEROS
DE MODA PARA
MARROQUINERÍA Y CALZADO**

PUNTO DE VENTA
Calle 18 sur 24g - 28
Barrio Restrepo Bogotá

FÁBRICA
Cra. 18a No. 58 - 62/66 sur
Barrio San Benito, Bogotá

Contactos:
320 239 6848 - 311 508 9646

alexander.porras.758

www.ayjleather.co

ayileather@hotmail.com



International Freight Forwarders



**"Especialistas en Logística y Transporte Internacional de Maquinaria.
Insumos y Accesorios para la Industria del Cuero el Calzado y la Moda.
28 años al Servicio de los Importadores y Exportadores Colombianos
nos Distinguen por ser el Mejor Operador Logístico Internacional"**

FILIAL DE:

FRANCO VAGO
INTERNATIONAL FREIGHT FORWARDERS

NEX NIPPON
EXPRESS
NIPPON EXPRESS ITALIA SpA

INTERCARGO
de FRANCA
freight forwarder



T CargoTrans



DIAN
ACI No. 001



certicámara.
Validez y seguridad jurídica electrónica



**ASIA
EUROPA
AMÉRICA
OCEANÍA**

www.italianshipping.co



CASA MATRIZ
Calle 64 C Bis No. 85 J - 87
PBX +57 601 7015146
Mobil+57 310 2549446
info@italianshipping.co
Bogotá D.C / Colombia

Informe Especial

POR QUE ESTAN CAIDAS LAS VENTAS

El crecimiento de las empresas del sistema moda está sujeto al movimiento de la caja

Por: *Ciro Ernesto Patiño*
Bucaramanga/Atlanta GA USA



Ciro Ernesto Patiño

LA caída de ventas en una empresa de calzado no es un fallo único sino la suma de varias causas: condiciones del mercado, competencia (incluido contrabando), errores en la oferta y fallas internas en la organización. Acá le aportamos, criterios e indicadores concretos que confirman problemas, un pronóstico breve y un plan de acción operativo con prioridades: qué aprender, qué cambiar y cómo medir la mejora.

DIAGNÓSTICO: POR QUÉ NO VENDO

Factores Externos

Contrabando y productos importados informales. Afectan precios y percepción de valor cuando los consumidores encuentran calzado más barato o similar sin aranceles ni garantías.

Sobreoferta y saturación de canales. Hay muchas marcas y revendedores, especialmente en marketplaces y ferias, que hacen que la competencia por precio y visibilidad sea intensa.

Cambios en la demanda. Preferencias hacia otros estilos de calzado, sostenible o importado; variaciones estacionales; menor poder adquisitivo por crisis económicas.

Canales digitales dominados por grandes jugadores. Si no estás fuerte en e-commerce y redes, pierdes ventas a favor de quienes sí lo están.

Las ferias: Si participas en ferias debes planear estrategias para atraer compradores nuevos y consolidar los recurrentes, en este tema asesórate de expertos.

Factores de Oferta y Producto

Propuesta de valor débil: diseño, comodidad, durabilidad o precio que no convencen al cliente objetivo.

Segmentación confusa: intentas atender a "todo el mundo" y no conectas con ningún nicho.

Calidad-percepción: problemas de calidad real o de percepción (empaques, garantía, comunicación).

Portafolio mal gestionado: demasiadas referencias poco vendibles o falta de información que la clientela demanda.

Catálogos mal diseñados, oferta mal presentada.

Factores internos y organizacionales

Ventas y marketing fragmentados o inexistentes:

no hay estrategia comercial omnicanal ni seguimiento de leads y clientes.

Precios mal calculados: costos mal imputados, márgenes insuficientes o precios que no comunican valor.

Ineficiencias operativas: rotación de inventarios alta o estancada, problemas de logística, proveedores poco confiables.

Cultura y capacidades: equipo sin formación en ventas digitales, merchandising o atención al cliente.

Datos pobres: no se mide lo importante, decisiones por intuición en vez de por indicadores. Somos improvisadores.

INDICADORES QUE MANIFIESTAN EL PROBLEMA

Monitorea y compara estos KPIs (valores actuales vs históricos o sectoriales):

Ventas totales y por canal (mensual, trimestral). Caída sostenida indica problema comercial.

Ticket promedio y unidades por venta. Si bajan, pierdes valor por transacción.

Frecuencia de compra por cliente y tasa de retención (repeat rate). Si cae, estás perdiendo fidelidad.

Tasa de conversión (tienda física y online). Baja conversión muestra fallas en oferta, precio o experiencia.

Inventario por SKU y rotación de inventario (días de inventario). Alto stock en Slow Movers = exceso de oferta o mal mix.

Margen bruto por SKU y margen neto. Márgenes comprimidos revelan competencia de precios o costos mal calculados.

Costo de adquisición de cliente (CAC) y valor de vida del cliente (CLTV). $CAC > CLTV$ es insostenible.

Devoluciones y reclamaciones. Altas devoluciones indican problemas de calidad, talla o expectativa.

Participación de ventas por canal digital vs físico. Si digital crece y no estás allí, pierdes market share.

Precio promedio del mercado y precios informales (contrabando). Diferencial grande puede indicar competencia desleal.

¿ES EL CONTRABANDO?

El contrabando puede ser una causa real en

zonas fronterizas o mercados populares. Señales:

Diferencias de precio muy por debajo del mercado.

Productos sin etiquetas, garantía ni factura.

Canales informales (vendedores ambulantes, bodegas sin RUT).

Cómo comprobarlo:

Recolecta precios de competencia en puntos de venta y marketplaces.

Revisa devoluciones y consultas de clientes sobre versiones "más baratas".

Contacta gremios (Camacol, Cámara de Calzado local) para datos de alertas.

Impacto y respuesta:

Si el contrabando es significativo, afecta principalmente precios y percepción de valor; la respuesta requiere acciones legales, lobby y reforzar la proposición de valor (servicio, garantía, marca).

¿ES SOBREOFERTA?

La sobreoferta ocurre cuando la producción o importación supera la demanda real.

Señales:

Aumento general de SKUs en el mercado sin crecimiento proporcional en consumidores.

Grandes promociones constantes (descuentos permanentes).

Bajos precios y reducción continua de márgenes.

Respuesta:

Diferenciar por nicho, calidad o servicio; racionalizar catálogo; ajustar producción a demanda real y mejorar forecast.

¿ES MI OFERTA QUE NO GUSTA?

Sí es posible. Evaluar:

Investigación de cliente: encuestas, focus groups, entrevistas a compradores y no compradores.

Análisis de ventas por modelo: identifica cuáles sí y cuáles no venden.

Reseñas y feedback en tienda y redes.

Mejora de oferta:

Ajustar diseño, tallaje, materiales, y comunicación del valor (beneficios concretos).

Lanzar pilotos con colecciones pequeñas antes de producir en volumen.

¿QUÉ FALLA EN MI ORGANIZACIÓN?

Falta de datos y procesos: decisiones sin KPIs, pobre gestión de inventario y precios.

Debilidades en marketing y ventas: sin



La realidad y condiciones de los mercados, nos obligan a ser más creativos y estrategas, para mantener ventas y resultados, y que se minimicen LOS RIESGOS.

La creatividad produce estrategias, la coherencia de ellas es lo que conduce al éxito. Las estrategias deben planearse en función de **NUESTRA oferta + el focus target y nichos.** Cuando se caen las ventas, es necesario, salir a buscar nuevos clientes y mercados. Te damos soporte en todo ESTO! Seguir esperando a que los clientes lleguen a comprarme, eso no va a suceder

estrategia digital, imagen de marca inconsistente, fuerza de ventas desmotivada.

Producción y abastecimiento rígidos: plazos largos, alta inversión en stock, proveedores no competitivos.

Cultura sin enfoque en cliente: poca capacitación en atención, postventa, servicio.

Estructura de costos mal controlada: costos ocultos, desperdicios, alta rotación.

FASE DE PRONÓSTICO: QUÉ ESPERAR SI NO ACTÚO Y SI ACTÚAS.

Si no actúas: probable estancamiento o caída adicional de ventas, aumento de inventario obsoleto, erosión de márgenes y pérdida de clientes a competidores más ágiles.

Si actúas con plan claro: recuperación en 6–12 meses mediante mejor alineación oferta-demanda, reducción de stock, aumento de conversión y margen. Resultados dependerán de presupuesto, velocidad de implementación y calidad de ejecución.

PLAN DE ACCIÓN OPERATIVO (PRIORIDADES Y PASOS CONCRETOS)

Prioriza en tres ejes: Mercadeo, Marketing Merchandising.

Medir y diagnosticar con datos reales:

Implementa un tablero simple con los KPIs claves: ventas por canal, ticket promedio, rotación de inventario, conversión online, devoluciones.

Revisión de precios y oferta:

Identifica el precio de referencia de competencia y del mercado según nichos y targets.

Ajusta precios donde el margen lo permita; prueba promociones inteligentes.

Mejorar visibilidad: si no te

conocen no te compran.

Campaña digital asertiva y focalizada.

Refuerza atención al cliente y postventa (política de precios clara).

Control de costos:

Audita costos directos y logísticos; corta gastos no estratégicos, identifica costos ocultos.

Escucha al cliente:

Encuestas breves que te darán pistas valiosas.

Optimizar producto:

Rediseña colección; prueba o retroalimenta con clientes.

Fortalecer canales digitales:

Mejora ficha de producto, fotos, descripciones, tallaje y política de precios; mejora SEO y marketplace listings (objetivo).

Implementa seguimiento de conversiones y remarketing.

Mejora gestión de Just in time

Ofrezca confianza RECÍPROCA para cumplimiento de parte y parte.

Capacitar al equipo de ventas. No improvise ni deje sus negocios en manos inexpertas. Recuerde que lo bueno vale y que los resultados tienen estrecha relación con medios con los cuales se cuenta.

Formación en ventas consultivas, atención digital y merchandising.

Fidelización:

Diseña un programa que facilite retención de clientes.

Diferenciación de marca:

Construye narrativa: calidad local, sostenibilidad, diseño exclusivo, confort técnico, etc.

Innovación de producto y sostenibilidad:

Explora materiales sostenibles,

mejora ajuste y ergonomía; patenta o certifica procesos si aplica.

Expansión y alianzas:

Desarrolla alianzas con marketplaces selectivos de marketing relacional y territorial, alianzas con diseñadores o influencers de negocios.

Digitalización integral:

Sistema integrado con e-commerce + plataformas relacionales y territoriales que faciliten predicciones

QUÉ APRENDER Y QUÉ CAPACIDADES DESARROLLAR

Analítica comercial: Marketing digital operativo: creación de campañas, manejo de marketplaces, fotografía de producto y copywriting.

Pricing y finanzas: cálculo de costos por producto, márgenes y punto de equilibrio.

Diseño centrado en targets de mercado.

Gestión de operaciones: compras, negociación con proveedores y control de calidad.

Atención al cliente y postventa: técnicas de fidelización y manejo de reclamaciones.

QUÉ MODIFICAR O TRANSFORMAR YA

Deja de improvisar, estás arriesgando todo.

Dejar de desarrollar producto / oferta por copia, intuición, capricho e improvisación.

Elimina productos claramente no rentables o que no conectan con tu nicho.

Pasa de marketing reactivo a planificado; define calendario comercial y campañas.

Cambia 'hago todo' a 'haz pocas cosas pero bien hechas': enfoca en 1–2 segmentos prioritarios.

Implementa procesos de mejora continua con responsabilidad clara (quién hace qué y cuándo).

MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO (CÓMO SABER SI FUNCIONA)

Define metas claras: ejemplo ganar 15 clientes prospecto mensuales y luego convertirlo en clientes potenciales.

Revisa semanal y mensual proceso mercantiles para detectar amenazas y oportunidades.

Ajusta rápido, si no funciona modifica la táctica.

RIESGOS Y MITIGACIONES

Liquidez y flujos de caja, evita tener en rojo las ventas según niveles de producción y pedidos en cola, prioriza ventas con margen.

Resistencia interna: comunica razones y capacita al equipo; incorpora incentivos.

Competencia de precios (contrabando): no siempre puedes competir por precio; compite por servicio, garantía y experiencia.

Fallas en ejecución: establece responsables, plazos y métricas.

CONCLUSIÓN PRÁCTICA

Paramejorarlasventasenlaindustria del calzado en Colombia necesitas combinar diagnóstico basado en datos (el valor de la información), ajuste rápido del portafolio, fortalecimiento de canales digitales, control de costos y una estrategia clara de marca y fidelización. Enfócate primero en medir correctamente, sanear la montaña de pedidos y ganar tracción con productos estrella y campañas digitales focalizadas. Paralelamente, desarrolla capacidades internas (analítica, marketing y operaciones) y transforma procesos para que las decisiones se tomen con evidencia, no por intuición. Con ejecución disciplinada y priorización de acciones, se pueden ver mejoras relevantes.

PUNTERAS

COMERCIALIZADORA

CALDAS RUEDA LTDA

TELA, MAQUINARIA Y MATERIAS PRIMAS PARA CALZADO Y MARROQUINERIA

Somos Fabricantes Nacionales



Materiales De Puntera Y Contrafuerte Para Calzado



Maquinaria para calzado y marroquinería.



Tecnología Alemana Pegante Ecológico



Repuestos



ESPUMA DE LATEX

+601 4790729 - Celular: +57 311 220 9433

Correo: jac_rueda@yahoo.es / jac_rueda@hotmail.com

Dirección: Calle 19 # 24c - 31 sur. Barrio Restrepo, Bogotá-Colombia

30 AÑOS CAMINANDO JUNTOS: ACICAM CELEBRA EL LEGADO DE EL PELETERO EN LA INDUSTRIA DEL CALZADO

Por: Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas (ACICAM).

EL 22 de julio de 1996, la industria del cuero, el calzado y la marroquinería en Colombia presenció el nacimiento de un medio que se convertiría en su memoria histórica: el Periódico El Peletero. Hoy, tres décadas después, desde la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas (ACICAM), nos unimos a esta gran celebración.

Celebrar estos 30 años no es solo un acto conmemorativo hacia el periodismo especializado; es una oportunidad invaluable para mirar en retrospectiva y reconocer cómo, mientras las páginas del Periódico El Peletero documentaban cada paso de nuestro sector, ACICAM también experimentaba un desarrollo profundo. La Asociación se consolida como una institución estructural, un centro de pensamiento y un articulador indispensable del desarrollo económico a través de la representación ante el alto gobierno.

A través de los años, ACICAM ha representado al sector en diversas instancias gubernamentales y ministeriales, y ha llevado el sentir de la industria a escenarios internacionales, representando al gremio ante uniones de asociaciones, el Congreso de la República, y en ferias de talla mundial como Micam, Ampic e Inspiramais, entre otras, participando activamente en múltiples mesas sectoriales y de incidencia política.

"En ACICAM comprendimos que el talento productivo y la visión de nuestros industriales exigen el respaldo de un entorno macroeconómico sólido. Nuestro compromiso indeclinable es la defensa del sector. Por ello, en



En la gráfica, William Parrado, Presidente Ejecutivo (E) de ACICAM, liderando la visión estratégica y la defensa gremial del sector.

intonía con la labor histórica del Periódico El Peletero, nuestra gestión gremial se ha enfocado en impulsar el desarrollo económico, generar alternativas de competitividad y consolidar a esta industria como un motor clave para el país", afirma William Parrado, Presidente Ejecutivo (E) de ACICAM.

A través de su gestión, ACICAM ha interactuado directamente con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y otras carteras del alto gobierno, abogando por la defensa comercial frente al contrabando técnico y la competencia desleal, y promoviendo marcos normativos que protejan a la producción nacional. Hemos trabajado en pro de la formalización, la innovación y la promoción de una industria capaz de aportar desarrollo al país. Un reflejo claro de esta visión es la articulación de la "Hoja de Ruta del Sector Calzado", un proyecto estratégico liderado en conjunto con las Secretarías de Desarrollo Económico de ciudades clave como Cali y Bogotá.

EL IMPACTO EN CIFRAS: UN MOTOR QUE NO SE DETIENE

El trabajo institucional de ACICAM se traduce en realidades

tangibles que impactan la balanza socioeconómica de Colombia. Estos logros, que el Periódico El Peletero ha reseñado puntualmente en sus titulares a lo largo de los años, reflejan el peso de un sector que es sinónimo de resiliencia:

Dinamización del Empleo: Representamos a una cadena productiva que es un pilar en la generación de empleo formal, brindando sustento directo e indirecto a cientos de miles de familias colombianas.

Expansión Exportadora: Mediante misiones comerciales y estrategias de internacionalización impulsadas por el gremio, hemos posicionado nuestras manufacturas en mercados de alta exigencia, incluyendo Estados Unidos, la Comunidad Andina y Centroamérica.

Profesionalización Empresarial: Hemos transformado cientos de talleres familiares en pymes estructuradas y competitivas, mediante el desarrollo de competencias, el acompañamiento gerencial y la adopción tecnológica.

DE LA MANUFACTURA A LA "MENTEFACTURA": EL FUTURO DE

LA COMPETITIVIDAD

El mundo cambia a una velocidad vertiginosa y los mercados internacionales exigen altos estándares de calidad y eficiencia. Desde ACICAM hemos asumido el liderazgo de guiar a nuestras empresas en la transición hacia la "MenteFactura": una era donde el conocimiento aplicado, la modernización de los procesos y la innovación industrial dictan el verdadero valor de nuestra manufactura.

"La verdadera evolución de nuestro sector radica en la capacidad de integrar conocimiento, tecnología e ingeniería en cada eslabón de la cadena productiva. Desde ACICAM estamos impulsando una transformación donde el diseño estratégico, la adopción de nuevas herramientas empresariales y el aumento de la productividad son las bases para competir a nivel global", señala Parrado.

Esta visión, que el Periódico El Peletero documenta hoy en sus ediciones de aniversario, es la que está transformando nuestras fábricas. Fomentamos la profesionalización de la mano de obra, la eficiencia operativa y la estructuración de un tejido empresarial capaz de responder a las exigencias de un mercado globalizado con productos de alto valor agregado.

IFLS+EICI: LA VITRINA DONDE CONVERGE EL PAÍS

Todo el esfuerzo institucional, la incidencia en políticas públicas y el impulso a la competitividad empresarial convergen en nuestra plataforma insignia: IFLS+EICI. Durante tres días, del 3 al 5 de agosto, los pabellones de Corferias no solo albergarán a más de 350 expositores, sino

que se consolidarán como el epicentro donde el desarrollo gremial se traduce en negocios reales. En esta edición, los compradores nacionales e internacionales encontrarán un sector cohesionado y fortalecido por ACICAM, con la capacidad productiva necesaria para responder a las exigencias del mercado y proyectar el crecimiento económico de nuestra industria hacia 2027.

UN RECONOCIMIENTO A NUESTRA MEMORIA HISTÓRICA

Llegar a este punto de madurez industrial no tiene el mismo impacto si no existe una voz que lo cuente. Por ello, la Junta Directiva de ACICAM, su Presidencia Ejecutiva y todos nuestros afiliados, extendemos nuestra más profunda felicitación y gratitud al Periódico El Peletero.

"Agradecemos al Periódico El Peletero por ser el espejo en el que nuestra industria se ha mirado durante 30 años. Ustedes han documentado nuestras luchas gremiales, nuestros avances industriales y nuestras victorias exportadoras. Son un patrimonio invaluable para el sector del cuero, el calzado y la marroquinería en Colombia", concluye William Parrado.

Reafirmamos nuestro compromiso de seguir trabajando desde el alto gobierno, la tecnología y las regiones para que los próximos 30 años estén llenos de titulares de éxito, innovación y desarrollo económico. Confiamos en continuar de su mano para visibilizar esta gestión. ¡Feliz aniversario, Periódico El Peletero, y que esta edición de la IFLS+EICI, 3 al 5 de agosto, en Corferias Bogotá, sea el inicio de un nuevo y gran capítulo para todos!

**PELETERIA
EXPORT PIELES**

DE FABRICA

VENTAS POR MAYOR Y AL DETAL

Cueros e insumos para la industria del calzado, Marroquinería
Confección y Tapicería

Cel: 314 303 9034 exportpieles1309@gmail.com
Calle 17 sur N° 24d - 14 Bogotá, D.C. - Colombia

IFLS + EICI

Versión
52

INTERNATIONAL FOOTWEAR & LEATHER SHOW +
EXHIBICIÓN INTERNACIONAL DEL CUERO E INSUMOS, MAQUINARIA Y TECNOLOGÍA

Versión
34

Organiza  Acicam

3 al 5 de AGOSTO de 2026
📍 Corferias - Bogotá - Colombia

La vitrina **INTERNACIONAL** donde las
marcas locales se convierten en protagonistas globales.



José Antonio Méndez Benavides, el gran heredero

PREFACALZ: LÍDER EN SUELAS DE CRUPON

Por: Marcando el Paso
Alista del Periódico El Peletero

La historia se remonta a los años 80-90. Y desde entonces, Prefacalz se ha consolidado como una de las mejores, no solo a nivel nacional sino también internacional, lo cual es un orgullo para el sector calzadista de Colombia.

Mi padre Antonio Méndez (q.e.p.d.) se pensionó en Calzado La Corona, donde laboró durante muchos años, y como fruto de su trabajo compró dos máquinas Mitchell para la fabricación de tacones en cuero y construyó el taller en el patio trasero de su casa, en el barrio Patria. Hasta allá iban los fabricantes de calzado fino del barrio Restrepo a comprar sus tacones, cuenta José Antonio Méndez Benavides.

Debido a la gran demanda, se trasladó al sur, al barrio Santa Lucía, donde amplió sus instalaciones. No pasó mucho tiempo para que su hijo José Antonio se convirtiera en su mano derecha. Él logró ampliar, después de aprender el oficio, la producción



Foto: José Antonio Méndez Benavides y Marthica Romero Padilla, jefes de Prefacalz.

y escalarla a la fabricación de Suelas y Plantillas, en un difícil momento donde el fabricante hacía todo en su propio taller y no utilizaba el prefabricado, que en esos momentos ya estaba muy desarrollado en Italia y España.

Con la colaboración de su esposa (doña Marthica), quien dedicó más de 30, de los casi 40 años, a la producción y perfeccionamiento del prefabricado, ambos conformaron

un equipo de trabajo con sus empleados, que se mantiene sólido, expresó el jerarca de Prefacalz.

Nuestra empresa ha atravesado momentos difíciles, como todas las del sector, a veces por factores que no dependen directamente de nosotros. "El contrabando, la pandemia y la entrada al país de calzado a muy bajo costo, la fluctuación del dólar que hace variar el costo de materias primas que se utilizan para la elaboración del prefabricado, nos han hecho sufrir."

Recuerda que alguna vez exportaron tacones en cuero a Estados Unidos, pero estando en bodega en Florida, vino el huracán Katrina y se dañó parte de la exportación; cuando nos desembolsaron el pago, el dólar había bajado de valor y no alcanzó ni para cubrir el costo de la materia prima, entre muchas otras anécdotas, que nos han sucedido. Trabajando en esas épocas con fábricas grandes, como Forum que fabricaba el zapato Manhattan, pero tuvieron que cerrar, y otras

muchas que no sobrevivieron a la apertura económica.

Y otras que tuvieron que acogerse a la Ley de Insolvencia por diferentes motivos.

Sin embargo, permanecemos en el mercado con un producto que no es fácil de comercializar al por mayor, por sus especificaciones diferentes para cada fabricante. Hoy, contamos con clientes que han creído en nuestra responsabilidad, calidad y cumplimiento. Estamos comprometidos con ellos, pues no podemos incumplir, con un componente que es el 50% de la elaboración del calzado. Aunque el zapato deportivo ha desplazado el calzado formal, y mucho más con la pandemia, nuestros clientes conservan nichos importantes del sector donde se elabora calzado fino y formal.

Doy gracias a Dios porque con este trabajo logramos sacar nuestros hijos adelante y también brindamos estabilidad laboral a los empleados; el factor humano es el capital más importante de una empresa, dice Méndez B,

quien es bastante cuidadoso con el ambiente. Organizó la recolección de viruta de cromo en las curtiembres de Villapinzón, para ayudar a reducir la contaminación del río Bogotá, enviándola a una planta en Jumbo (Valle) para su reutilización.

También durante algún tiempo con un amigo, que estimé mucho, don Alberto Vélez (q.e.p.d.), trabajamos con la representación de dos importantes fábricas de Italia, líderes en la producción de láminas para plantillas: Texon y Bartoli, siempre buscando lo mejor para el gremio y el desarrollo industrial de Colombia, con lo cual se ha ganado admiración y respeto.

José Antonio Méndez es un referente, gracias a su organización, calidad y responsabilidad; es un modelo en suelas de crupon para mostrar al mundo.



Foto: Yeka
Las suelas en crupon están de moda.

Publitem Miralta

¡Trabajamos por una mirada Alta!

Punto de Fábrica de Reatas y Yutes.
Fábrica de Mochilas y alpargatas.

Luz Milena Chilito Ramírez

☎ 314 393 1654 📷 f Publimex Miralta

✉ publimexmiralta@gmail.com 🌐 publimexmiralta.amawebs.com

📍 carrera 24 N° 1f - 40 barrio el Vergel, Bogotá

EL PERIODICO EL PELETERO: UNA QUIJOTADA CONVERTIDA EN FUERZA MOTRIZ DEL DESARROLLO DEL SECTOR DEL CALZADO, EL CUERO Y SUS MANUFACTURAS

Nos sumamos a la emoción de celebrar los 30 años de vida del Periódico El Peletero.

Por: Antonio José Londoño Vélez
Expresidente ACICAM y FEDECUERO

HOY abrazamos fraternamente al periodista José Yesid Angulo Campos, inspirador y generador de la energía que mantiene vivo el Periódico El Peletero, esa suerte de quijotada que cumple tres décadas de andares y de sobrevivir a las batallas contra sus propios 'molinos'.

La gesta de José Yesid y, debo decirlo, de su querida familia, siempre presente, al lograr mantener activo y vital el Periódico El Peletero por tres décadas es, sin duda, el ejemplo perfecto de una quijotada.

Que se entienda bien el término que se le asigna como ejemplo que ha sido y es de 'acción noble, idealista y desinteresada que se realiza en defensa de una causa justa', en nuestro caso el desarrollo del sector del calzado y afines. Así muchas veces, para algunos, a pesar de sus múltiples logros y de la vigencia de sus sueños, sus acciones y propuestas hayan sido poco realistas

o inútiles frente a las circunstancias que han condicionado el desarrollo del sector, con particular referencia al que representan sus amigos de siempre, sus amigos de ahora, en el Barrio Restrepo de Bogotá.

Sin embargo, este medio impreso y ahora digital, fundado el 22 de julio de 1996 en Bogotá, sigue dedicado de forma incansable a visibilizar y defender a los zapateros, marroquinos y microempresarios del Sistema Moda en Colombia y ha convivido con la historia de su desarrollo. Ha estado acompañando el paso de la actividad artesanal de la barriada al conglomerado fabril y comercial que llegó a ser, identificado como el espacio comercial a cielo abierto más grande del país y una referencia obligada para la literatura de desarrollo sectorial en América Latina.

El trabajo de José Yesid al frente del Periódico El Peletero ha sido siempre idealista, resistente y resiliente, como lo evidencia el sobrevivir en estos treinta años a las crisis económicas, la apertura

de mercados, la pandemia del COVID 19 y la era digital, entre otros, solo con el respaldo del trabajo propio, de su familia y de algunos pocos amigos, sin las certezas mínimas de una pauta comercial para la edición siguiente y mucho menos de un apoyo estatal para su desarrollo y consolidación. Ha sido y sigue siendo el resultado del esfuerzo, generalmente solitario, de todos los días.

La causa que entraña el trabajo y que generalmente se editorializa en el Periódico El Peletero ha sido siempre justa y cargada de pedagogía. Nunca su objetivo ha sido el enriquecimiento masivo, propio o a favor de terceros, sino servir como herramienta de pedagogía y altavoz para un gremio tradicionalmente ignorado por las grandes políticas gubernamentales. Siempre su labor ha estado dedicada a buscar la superación de las necesidades de desarrollo del sector y a promover el mejoramiento de las actividades productivas de las empresas que lo conforman y el bienestar de sus protagonistas: empresarios y trabajadores.

Por eso, luchar por mantener un periódico independiente, comprometido con esa ineludible denuncia de problemas y búsqueda de soluciones, circulando de forma sostenida durante treinta años y en una época donde los gigantes de la información cierran o recortan sus plantas, refleja la gran lucha que José Yesid ha liderado contra sus propios 'molinos de viento' y de la cual, frente a todos los pronósticos, sobrevive y se reinventa día a día para permanecer.

Hacer periodismo con sentido gremial e independiente con responsabilidad por 30 años en Colombia, como lo ha hecho José Yesid Angulo Campos al frente del Periódico El Peletero, no es solo una labor empresarial, es una real quijotada, una verdadera heroicidad romántica fuera de lo común.

¡Larga vida a José Yesid Angulo Campos! ¡Larga vida al Periódico El Peletero!

Agradecimientos a quienes asistieron a la Misa Campal MUCHAS ORACIONES POR LOS ZAPATEROS



Foto: Yeka

Gracias a quienes nos acompañaron en la Misa Campal, que ofició el padre Dairo Laguna, para celebrar los 30 años del Periódico El Peletero, físico y virtual.

ERA el miércoles 22 de julio y se celebraba la Misa Campal para conmemorar los 30 años de fundación del Periódico El Peletero, que tuvo su origen en el barrio de los zapateros: el Restrepo de Bogotá.

El padre Dairo Laguna, Párroco de La Valvanera, fue el encargado de officiar el acto religioso, en el que oramos por la salud y el progreso de nuestros zapateros, confeccionistas y afines, que son muy importantes en el desarrollo económico y social del

barrio Restrepo Ampliado, que es el símbolo productivo de la Localidad de Antonio Nariño, al sur de Bogotá, y de Colombia.

Al acto asistieron los que tuvieron tiempo, las 11:30 de la mañana era un horario laborable, los demás nos acompañaron con el corazón... desde las fábricas y comercio de calzado y afines, que recibió el nombre de Corazón Productivo, del ex secretario de Desarrollo Económico Alfredo Bateman, quien durante su mandato prometió mover la caja registradora

del comercio y logró el objetivo, con eventos de talla, a los que asistieron consumidores de Bogotá, la región y del país.

¡Ah tiempos aquellos!, en los que la Secretaría de Desarrollo Económico invertía en la Semanota Comercial Cielos Abiertos del Restrepo, logrando que los comerciantes hicieran ventas importantes para sostener sus empresas, recuerdan los inversionistas.

La Misa Campal, además del aniversario del Periódico El Peletero,

tenía como fin compartir un refrigerio (gratis), que nos encontráramos durante 60 minutos para hablar de negocios y retroalimentarnos para analizar qué vamos a hacer para reactivar el sector zapatero y comercial, que en lo transcurrido del año ha tenido más bajas que altas y con urgencia se tendrán que reforzar estrategias, pensando en la Navidad, con una publicidad que invite a los consumidores a comprar calzado, vestuario y demás en el Restrepo, que también se caracteriza por la exquisita gastronomía.

Mil gracias a quienes nos acompañaron y particularmente al padre Dairo Laguna, por haber sido nuestro guía espiritual en este momento inolvidable.

Aprovecho la oportunidad para manifestarles a los industriales, comerciantes y a la comunidad en general que el director del Periódico El Peletero no le solicita ayudas económicas a nadie; que el periódico es de distribución gratuita y que nadie está autorizado para utilizar nuestro buen nombre.

Tampoco tenemos relación con organizaciones políticas, en las que existan intenciones diferentes a las del desarrollo del productivo. Nuestra tarea es velar por el bien de los empresarios, para que haya una mejor calidad de vida para todos.

Un fraternal abrazo: José Yesid Angulo Campos. WhatsApp 315 601 29

SHP

SIMIL CUERO PLYMOUTH SINTEXCO

LA VANGUARDIA

• EN INNOVACIÓN, CALIDAD Y CONFIANZA •

En Sintéticos y Textiles de Colombia S.A.S. trabajamos con excelencia para ofrecer soluciones innovadoras y materiales de alta calidad que superan expectativas y generan valor para nuestros clientes.

NUESTROS VALORES



CONFIANZA

Construimos relaciones basadas en la credibilidad y el compromiso mutuo.



TRANSPARENCIA

Actuamos con honestidad y claridad en cada proceso e interacción.



CALIDAD

Nos esforzamos por ofrecer siempre productos y servicios de alto nivel.



ATENCIÓN PERSONALIZADA

Escuchamos y respondemos a las necesidades específicas de cada cliente.



COMPROMISO

Damos lo mejor de nosotros para superar expectativas constantemente.

NUESTROS PRODUCTOS



PARA LÍNEA DE ZAPATERÍA

Capelladas, forros, lonas, zapato industrial.



ZAPATO INDUSTRIAL



MATERIALES PARA LÍNEA DE MARROQUINERÍA



LÍNEA DEPORTIVA



BALÓN



ENCUADERNACIÓN



FOLIAS SINTÉTICAS EN BASE PU

MÁS DE
60 AÑOS
 SIMILCUERO PLYMOTH
 EN EXPERIENCIA
 FABRICANDO PRODUCTOS
 VINILES EN PU

HACIENDO PRESENCIA POR
 MÁS DE
20 AÑOS
 EN COLOMBIA



Cra 24D No 19 47 sur
 Barrio Restrepo
 Bogota - Colombia



601 7725899
 320 2755847
 320 2755848



scardenas@similcuero.com.mx
 dcuenca@similcuero.com.mx

Síguenos:

