

El Sector Textil y las Telas Inteligentes en el Mercado Colombiano

Yenifer Tatiana Pérez Castaño

Jesús Abel Sepúlveda Durango

Asesor:

Juan Gabriel Jaramillo Giraldo

Universidad Católica Luis Amigó

Facultad de Ciencias Administrativas,

Económicas y Contables.

Negocios Internacionales

24 de mayo 2022.

Índice

	pág.
Resumen	12
Abstract	13
Capítulo 1. Información General de La Empresa	14
1.1 Nombre De La Empresa Y de La Marca	14
1.1.1 Nombre	14
1.1.2 Marca	14
1.1.3 Demostración De Elegibilidad Del Nombre	14
1.2 Tipo De Empresas	15
1.2.1 Código CIU	15
1.3 Descripción De La Empresa	15
1.4 Misión Y Visión De La Empresa	16
1.4.1 Misión	16
1.4.2 Visión	16
1.5 Relación De Productos Y/O Servicios	17
1.6 Ventajas Competitivas	18
1.6.1 Distinciones Competitivas	19
1.7 Trámites Y Costos	19
Capítulo 2. Análisis De Entorno Y Sector	22
2.1 Entorno	22

2.1.1 Colombia	Índice	22
2.1.1.1 Tecnológico		22
2.1.1.2 Económico		22
2.1.1.3 Político Y Legal		23
2.1.2 Perfil País Internacional Seleccionado		23
2.1.2.1 Sociocultural		23
2.1.2.2 Económico		24
2.1.2.3 Política Comercial Y Tributaria		24
2.2 Sector O Industria		25
2.2.1 Sector Al ¿Cuál Pertenece?		25
2.2.2 Rentabilidad Del Sector		25
2.2.3 Tamaño Del Sector (Volumen De Ventas)		25
2.2.4 Tendencias De Crecimiento (Últimos Años)		26
2.2.5 Proyección De Ventas Del Sector		26
2.2.6 Estructura Del Sector		27
2.2.7 Factores Claves De Éxito Del Negocio		28
Capítulo 3		29
3.1 Objetivos		29
3.1.1 Objetivo General		29
3.1.1.1 Corto Plazo		29
3.1.1.2 Objetivos Mediano Plazo		29
3.1.1.3 Objetivos A Largo Plazo		30
3.1.2 Objetivos Específicos		30

3.2 Mercado Potencial	Índice	30
3.3 Mercado Meta		31
3.4 Cuantificación Del Cliente		31
3.5 Mercado Competidor		33
3.6 Mercado Distribuidor		38
3.6.1 Distribución Directa		38
3.6.2 Distribución A Través De Terceros		38
3.7 Comunicación Y Actividades De Promoción Y Divulgación		39
3.7.1 Comunicación		39
3.7.2 Actividades De Promoción Y Divulgación		40
3.8 Plan De Ventas		42
3.8.1 Encuesta		42
3.8.2 Plan De Ventas		42
Capítulo 4. Análisis De Comercio Internacional		45
4.1 Tratados Comerciales		45
4.2 Posiciones Arancelarias Y Beneficios Arancelarios.		48
4.3 Requisitos Y Vistos Buenos		49
4.4 Capacidad Exportadora/Capacidad Importadora		49
4.5 Participación En Ferias Especializadas		51
4.6 Rutas De Acceso Desde Acá Corrección		53
4.7 Exportador		60
4.7.1 Lotes Estándar De Ventas		60
5.1 Descripción Del Proceso De Producción		63

5.2 Capacidad De Producción	Índice	68
5.3 Plan De Producción		68
5.4 Recursos Materiales Y Humanos Para La Producción		71
5.4.1 Locaciones		71
5.4.2 Requerimiento De Maquinarias, Equipos, Inmuebles Y Enseres		72
5.4.3 Requerimientos De Materias Primas E Insumos		75
5.4.4 Requerimientos De Servicios		76
5.4.5 Requerimientos De Personal		76
6. Análisis Administrativo		78
6.1 Estructura Organizacional Del Negocio		78
6.1.1 Organigrama		78
6.1.2 Costo Del Personal Y Procesos Administrativos Tercerizados		79
Capítulo 7. Análisis Legal		81
7.1 Tipo De Organización Empresarial		81
7.2 Certificaciones Y Gestiones Con Entidades Públicas		82
7.1 Tipo De Organización Empresarial		83
Capítulo 8. Análisis Financiero		84
8.1 Tasas De Interés, Impuesto Y Tasa De Rentabilidad		84
8.2 Aportes De Capital De Los Socios		85
8.3 Créditos Y Préstamos Bancarios		86
8.4 Ingresos Y Egresos		89
8.4.1 Ingresos		89
8.4.2 Egresos		90

9. Conclusiones	Índice	93
10. Recomendaciones		94
Referencias		95

Índice de Tablas

	pág.
Tabla 1. Descripción, composición y características de la tela referencia Royal	17
Tabla 2. Descripción, composición y características de la tela referencia Vital	17
Tabla 3. Trámites y costos conformación de empresa	21
Tabla 4. Posibles competidores de la marca	37
Tabla 5. Costos Mensuales de Comunicación	40
Tabla 6. Costos de Promoción y Divulgación	41
Tabla 7. Proyección ventas anual	43
Tabla 8. Proyección ventas anual	43
Tabla 9. Comercio bilateral entre Colombia y Vietnam tres años (Millones USD)	48
Tabla 10. Capacidad Exportadora para cada referencia de tela (Moneda USD)	50
Tabla 11. Participación en eventos y ferias nacionales del sector textil	52
Tabla 12. Participación en eventos y ferias internacionales del sector textil	53
Tabla 13. Lote estándar de venta	60
Tabla 14. Cotización venta internacional	61
Tabla 15. Comparación valor DDP real en dólares y precio de exportación en pesos (COP)	63
Tabla 16. capacidad de producción de telas Tejí Sport. (Mensual, trimestral, semestral y anual)	69
Tabla 17. Materias primas e insumos	76
Tabla 18. Personal requerido, cantidad y salarios	77
Tabla 19. Personal requerido, cantidad y salarios	79

Tabla 20. Costo aproximado del personal principal	79
Tabla 21. Proyecciones Macroeconómicas para Colombia	84
Tabla 22. Tasas de Interés, Impuesto y Tasa de Rentabilidad	85
Tabla 23. Aporte de Capital Socios	85
Tabla 24. Plan de amortización	86
Tabla 25. Proyección de ingresos a 5 años	89
Tabla 26. Proyección de egresos a 5 años	90

Índice de Figuras

	pág.
Figura 1. Consulta nombre de marca “Tejí Sport” en el Registro Único Empresarial y Social (Confecámaras)	14
Figura 2. Producción interna de productos textiles	26
Figura 3. Población colombiana de acuerdo a proyecciones de la Agencia Central de Inteligencia (CIA)	32
Figura 4. Proyección de la tasa de desempleo hasta 2025	33
Figura 5. Clúster del sector textil, diseño y moda en Medellín	34
Figura 6. Economía integrada al comercio internacional del clúster textil en Medellín	36
Figura 7. Importaciones y exportaciones del sector textil y confecciones	36
Figura 8. Logotipo Empresa Tejí Sport S A	39
Figura 9. Comercio Bilateral De Colombia Con Ecuador. (Exportaciones, importaciones y balanza comercial)	46
Figura 10. Tiempo de vuelo entre la ubicación de la fábrica y el lugar de destino de la exportación	54
Figura 11. Tiempo de vuelo entre la ubicación de la fábrica y el destino de exportación	57
Figura 12. Modelo de proceso de carga aérea para exportaciones de Tejí Sport	59
Figura 13. Términos INCOTERMS 2020	62
Figura 14. Gráfico proceso de producción de telas Tejí Sport	65
Figura 15. Máquina hiladora	66

Figura 16. Máquina tintura de hilos	66
Figura 17. Máquina tejedora	67
Figura 18. Máquina tintura y acabados	68
Figura 19. Ubicación de algunas bodegas para almacenamiento de mercancías en Rionegro, Antioquia	71
Figura 20. Organigrama Tejí Sport	78
Figura 21. Consulta nombre de marca “Tejí Sport” en el registro Único Empresarial y Social (Confecámaras)	81
Figura 22. gráfico de barras proyección de ingresos a 5 años	90
Figura 23. gráfico de barras proyección de egresos a 5 años	92

Resumen

El presente trabajo da a conocer el aprovechamiento de los desarrollos tecnológicos en la industria textil colombiana y las nuevas tendencias de mercado, al tiempo que se da a conocer la factibilidad y viabilidad financiera para crear empresa en el sector textil, que de acuerdo a cifras publicadas por las agremiaciones, la apertura económica al finalizar el siglo pasado, ha afectado la rentabilidad del sector, principalmente por la producción china que cuenta con alta mano de obra y capacidad de producción lo que le permite tener precios por debajo a los de la industria colombiana, sin embargo, la calidad de las telas, la experiencia, los diferentes clúster y la organización privada son el eje fundamental para que la industria textil en Colombia tenga proyecciones de crecimiento y de expansión para los próximos años.

Abstract

The present work reveals the use of technological developments in the Colombian textile industry and new market trends, while revealing the feasibility and financial viability to create a company in the textile sector, which according to published figures Due to the associations, the economic opening at the end of the last century has affected the profitability of the sector, mainly due to Chinese production, which has a high workforce and production capacity, which allows it to have prices below those of the Colombian industry. However, the quality of the fabrics, the experience, the different clusters and the private organization are the fundamental axis for the textile industry in Colombia to have growth and expansion projections for the coming years.

Capítulo 1. Información General de la Empresa

1.1 Nombre de la Empresa y de la Marca

1.1.1 Nombre. Tejí Sport

1.1.2 Marca. Tejí Sport

1.1.3 Demostración de Elegibilidad del Nombre. Se realiza consulta del nombre Tejí Sport en el Registro Único Empresarial y Social (RUES) el día 06/03/2022, se evidencia que a la fecha el nombre no está inscrito, es decir, está disponible para su uso.

Figura 1. Consulta nombre de marca “Tejí Sport” en el Registro Único Empresarial y Social (Confecamaras)

The screenshot shows the RUES website interface. At the top, there are navigation links: 'Consulta Beneficio a Empresarios', 'Guía de Usuario Público', 'Guía de Usuario Registrado', 'Cámaras de Comercio', and 'Acceso privado'. The main content area features a search bar with 'Tejí Sport' entered and a search button. Below the search bar, there is a table of results with the following data:

NIT o Núm. id.	Razon Social ó Nombre
	ACADEMIA DE TEJIDOS LILY SPORT PUNTO DE FABRICA
	CONFECIONES Y TEJIDOS SPORTIVO - CONTESPORT LIMITADA
C.C.	CONFECIONES Y TEJIDOS SPORTIVO-CONTESPORT LTDA
	HUBER SPORT TEJIDOS
NIT 890936599 - 5	LINEA DEPORTIVA EN TEJIDO DE PUNTO Y PLANO LIMITADA LINEA SPORT LIMITADA 'EN LIQUIDACION'

Fuente: (Registro Único Empresarial y Social, 2022)

1.2 Tipo de Empresa

Las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS) son menos restrictas frente a los requerimientos legales en comparación con otros tipos de sociedades en Colombia, como lo es el número mínimo de accionistas, límite de capital, porcentaje mínimo de suscripción del capital autorizado, adicional, las empresas pueden combinar la producción, transformación y comercialización de los productos, esto hace que la gran mayoría de las nuevas sociedades, estén creadas bajo Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS), de acuerdo al diario especializado en economía y negocios, Portafolio, para el año 2020 en Colombia existían alrededor de 160.000 empresas creadas bajo esta figura; fue creada en el año 2008 con la ley 1258 con la que se buscaba facilitar la creación de empresas y la formalización empresarial con el apoyo de incentivos gubernamentales.

La empresa Tejí Sport será una Sociedad por Acciones Simplificadas SAS. (Cámara de comercio de Medellín para Antioquia, 2022)

1.2.1 Código CIIU. 1312 Tejeduría de productos textiles.

1.3 Descripción de la Empresa

Tejí Sport es una empresa manufacturera, se encuentra constituida y ubicada en el municipio de Rionegro, oriente de Antioquia, tiene un capital humano entre 2 y 11 colaboradores, se dedicada a la producción de telas deportivas inteligentes enfocadas en el cuidado, confort, frescura y bienestar de la piel del deportista que utilice prendas confeccionadas

con sus telas; a nivel nacional provee de materia prima a empresas dedicadas a confeccionar prendas deportivas en la región del oriente, norte de Antioquia y Medellín, a nivel internacional exporta su producto al vecino país de Ecuador. Tejí Sport está comprometida con la economía sostenible, en su cadena de producción utiliza máquinas hiladoras y tejedura de punto de última tecnología con menor consumo de energía y reducción del ruido en 40%, encaminada en este propósito, implementó un sistema de buenas prácticas ambientales que permiten recolectar el agua lluvia, grifos con temporizador, aprovechamiento de la luz natural al instalar techos y ventanas transparentes y en la disminución de residuos de corte.

1.4 Misión y Visión de la Empresa

1.4.1 Misión. Tejí Sport se dedica a la producción de telas con los más altos estándares de calidad, permitiendo que sus clientes confeccionen prendas deportivas que brinden al deportista confort, suavidad y cuidados en su piel con los beneficios que brindan las telas inteligentes, así mismo tiene como propósito aportar a la calidad de vida a sus empleados.

1.4.2 Visión. Tejí Sport busca posicionarse para el año 2030 como una empresa reconocida a nivel nacional por su compromiso con el bienestar de sus proveedores clientes, empleados y producción limpia. Se proyecta que, durante estos 8 años, la empresa sea líder del mercado colombiano en la producción de telas inteligentes, con una participación del 35% en el mercado nacional.

1.5 Relación de Productos y/o Servicios

El producto que ofrece Tejé SAS es una tela inteligente a base de poliéster y Spandex, desarrollada con microfibras totalmente suaves al tacto y con máxima sensación de comodidad al contacto con la piel características producto (ver figura 2).

Tabla 1. Descripción, composición y características de la tela referencia Royal

Royal	
Descripción	Poliéster + Spandex
Composición	70 / 30
Características	Ancho 1,60 mts
	Peso m2: 420 gramos
	Rendimiento: 1,5 gr

Tabla 2. Descripción, composición y características de la tela referencia Vital

Vital	
Descripción	Poliéster
Composición	100
Características	Ancho 1,55 mts
	Peso m2: 166 gramos
	Rendimiento: 1,66 gr

Nota: Descripción, composición y características de las telas, Autoría propia, basados en la información brinda por el Señor John Alberto Pérez Henao, experto en fabricación de telas para el sector de las confecciones.

Ventajas: El consumidor final tendrá acceso a una tela con un excelente tacto, suavidad y sensación de libre movimiento, evitando sensaciones de flacidez y de movimientos indeseados en algunas partes de su cuerpo.

1.6 Ventajas Competitivas

El personal de Tejí SAS tiene una larga experiencia, conocimiento y capacitación del personal en la producción textil, nuestras máquinas y equipos tienen tecnología de punta para la elaboración de telas inteligentes, nuestro producto es reconocido en el mercado por la durabilidad y resistencia ante las condiciones extremas del ambiente, altas temperaturas y control de humedad en el cuerpo.

- Una de nuestras grandes fortalezas está basada en la experiencia, el conocimiento y la capacitación de nuestro personal en todos sus niveles.
- La compañía invierte en la adquisición de maquinaria y equipos con tecnología de punta
- Nuestro producto es reconocido por dos razones específicas que son, su durabilidad y resistencia ante situaciones extremas del medio ambiente tales como altas y bajas temperaturas y control de humedad.

1.6.1 Distinciones Competitivas. Con la utilización de tecnología de última generación, la empresa tiene la capacidad de adaptar las telas inteligentes y funcionales a las diferentes necesidades o preferencias que tenga y solicite cada cliente en específico, telas con las siguientes características.

- **Vitamina E y aromas:** Se les denomina cosmetotextiles, ayuda a prevenir infecciones en la piel de los seres humanos, después de confeccionada la prenda, en la tela se puede utilizar una técnica de microcápsulas con aromas, reactivos químicos cristales y vitaminas.
- **Filtro UV, antibacterial y anti fluidos:** Se le aplica una técnica llamada nanotecnología, son capas que se aplican sobre la tela al momento del hilado, tejido, tintado, entre otros procesos.
- **Expulsión de la humedad:** Se les denomina textiles con memoria de forma, cambian su textura actual, normalmente, por acción del calor desprendido del cuerpo y tienen la capacidad de evaporar el sudor. (EcuRed, 2016)

1.7 Trámites y Costos

Registros Notariales: Autenticación de la constitución de la Sociedad por Acciones Simplificadas, en este documento se indica el capital autorizado, suscrito y pagado.

Rut: Se realiza el registro y asignación del código de la actividad económica.

Registro Único Tributario, contiene toda la información de las personas naturales y/o jurídicas; en este documento se encarga de asignar un Número de Identificación Tributaria (NIT), es decir, es un tipo de cédula que identifica a las sociedades o a las personas naturales que realizan actividades económicas, en el RUT se asigna el código CIU que permite identificar la

actividad económica que se va a realizar, referente a Tejí SAS el código CIU es 1312 Tejeduría de productos textiles

Cámara de comercio: Realizar la Inscripción mercantil de la empresa Tejí Sport ante la Cámara de comercio del oriente antioqueño ubicada en el municipio de Rionegro (Ant).

Trámites bancarios: Abrir Realizar trámites bancarios, apertura de cuentas, registro tarjeta de firmas para el manejo de cuentas corrientes y chequera empresarial, de manera que la sociedad adquiera historial crediticio que permita en el futuro tener mayor posibilidad de apalancamiento financiero y garantías para clientes y proveedores.

Registro de marca: Se consulta el nombre de la empresa, Tejí SAS, en la página Registro Único Empresarial y Social -RUES, con el objetivo de verificar que la marca no se encuentre registrada en Colombia.

Bomberos: Realizan la certificación y adecuación de la infraestructura física de manera que cumpla con las condiciones de seguridad humana, riesgos de incendio, materiales peligrosos y sistemas de protección contra incendios.

Uso de suelos: Realizar trámites ante la curaduría primera de municipio de Rionegro para obtener la licencia que construcción/modificación de la planta física en el suelo del municipio mencionado anteriormente.

Tramite ambiental: Solicitar permiso ambiental ante la Corporación Autónoma Regional de las Cuencas de los Ríos Negro y Nare (CORNARE), para el realizar vertimiento de aguas residuales al suelo o una fuente hídrica y realizar emisiones al aire.

Protocolo de Seguridad: Por medio de la ARL Sura se creará el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo (SG-SST) con el fin de anticipar, reconocer, evaluar y controlar

los riesgos que pueden afectar la seguridad y salud de los trabajadores. (Universidad Santo Tomás, 2015)

Industria y comercio: Realizar registro ante la secretaria de Hacienda del municipio de Rionegro, este proceso permite la identificación, ubicación y clasificación de los contribuyentes del impuesto de industria y comercio.

Tabla 3. *Tramites y costos conformación de empresa*

Costos Trámites		
Tramite	Costo	Periodicidad
Registro Notarial	\$50.000,00	Única Vez
DIAN	\$ -	Única Vez
Cámara de comercio oriente Antioqueño	\$1.345.000,00	Anual
Tramite Bancario	\$ -	Única Vez
Registro de Marca	\$758.447,00	Única Vez
Bomberos	\$50.000,00	Anual
Uso de suelo	\$549.000,00	Única Vez
Tramite ambiental	PENDIENTE	
SG-SST	\$ 5.000.000,00	Única Vez
Registro de Industria y Comercio	\$ -	Única Vez
Total Costos	\$2.203.447,00	

Nota: Tramites y costos conformación de empresa, Autoría propia a partir de datos consultados en la alcaldía del municipio de Rionegro (Ant) y cámara de comercio del oriente antioqueño, Bomberos Rionegro, Corporación Autónoma Regional de las Cuencas de los Ríos Negro y Nare (CORNARE).

(Bomberos Rionegro, 2017) (<https://www.cornare.gov.co/>, s.f.) (Curador Urbano Primero Rionegro, 2022)

Capítulo 2. Análisis de Entorno y Sector

2.1 Entorno

Tejí Sport se encuentra constituida en el municipio de Rionegro Antioquia (Colombia), cerca al ciudad de Medellín que es todo un referente en la producción de textiles a nivel mundial por sus ferias empresariales como son Colombiatex y Colombiamoda, este municipio es un polo de desarrollo económico y social, la calidad de vida de sus habitantes ha mejorado en la última década con una creciente clase social media con buen poder adquisitivo; en la actualidad en el departamento se están construyendo las vías 4G, entre las que se resalta la conexión entre la ciudad de Medellín y la región de Urabá en un tiempo aproximado de 6 horas para el transporte de carga, que va a permitir la reducción de costos y gastos en la producción y transporte de las telas, a continuación se describen las diferentes fuerzas que impactan el desarrollo del objeto social de Tejí Sport.

2.1.1 Colombia.

2.1.1.1 Tecnológico. De acuerdo a investigación realizada, solamente se encontró una empresa productora en poliéster y nailon, y la mezcla de ambos. La empresa productora de este material se llama ENKA de Colombia SA. (Enka, s.f.)

2.1.1.2 Económico. Los altos costos de la maquinaria y la dificultad para acceder a nuevas tecnologías, esto se ve evidenciado, debido a que en Colombia no hay ninguna empresa

productora de maquinaria textil ni de insumos. Adicional a esto, la devaluación del peso colombiano frente a otras monedas, hace que importar sea cada vez más costoso.

Los altos intereses que cobran los bancos por sus servicios. (Rankia, 2021).

2.1.1.3 Político y Legal. A nivel político en Colombia, la empresa se podría ver afectada por la incertidumbre generada por no saber en manos de quién va a quedar la administración del país, debido a que sus decisiones impactan de manera directa en la economía y el funcionamiento del sector empresarial. (Portafolio, 2021)

*El contrabando es uno de los factores ilegales que más ha afectado y sigue afectando la industria textilera.

2.1.2 Perfil País Internacional Seleccionado. Aparte del mercado colombiano, tenemos como meta ingresar al mercado ecuatoriano, aprovechando las ventajas de libre comercio entre ambos países y la incorporación de productos novedosos. De acuerdo a Procolombia, Ecuador es uno de los países que más importa textiles colombianos y según la revista LatinPyme, Ecuador es el segundo país, después de Estados Unidos que más importa textiles, ocupando un 12,9% del total exportado. (LatinPyme, 2022) (PROCOLOMBIA, 2021)

2.1.2.1 Sociocultural. Ecuador es un país hermano con arraigos históricos muy similares, las personas y los productos se pueden movilizar de manera terrestre, con barreras arancelarias mínimas, adicional, las vías de Ecuador son de 4 generación lo que facilita la movilización de las mercancías, reduciendo costos y tiempos de entrega.

2.1.2.2 Económico. *Es un país en vía de desarrollo, sobretodo en producción, comercialización y fabricación de productos textiles, tienen como moneda legal dólar americano lo que hace que la capacidad adquisitiva de los ecuatorianos no se vea afectada directamente por la depreciación monetaria, generando mayor valor en las exportaciones.

2.1.2.3 Política Comercial y Tributaria. La Política del sector comercial y tributario estará organizada dentro de la empresa Tejí S.A.S ateniendo a los siguientes parámetros:

- Las telas que entren al país por nuestra empresa están demarcada por la calidad, aduciendo a estas como un proceso de garantías único y basada en la prestación de unos servicios a los clientes basado en el uso reglamentario establecido por la ley.
- Se gestará un proceso dentro del cual el encadenamiento productivo sea el factor clave en todo este proceso.
- Se requiere un buen acompañamiento de capital humano para inyectar a la producción presupuestada en la empresa.
- Los tratos ejecutados con empresas extranjeras tendrán una connotación regulada por parte de abogados y contadores de la empresa
- Se tributará como lo expone la ley una vez al año de forma ordinaria y bajo cuentas reales de la empresa.
- Los índices de importación se esperan que estén entre más de 15 envíos al país destino al año.
- Se establece la innovación como elemento clave para salir adelante y formar un emprendimiento fructífero y en función de la misión, visión y objetivo de la empresa.

2.2 Sector o Industria

2.2.1 Sector al ¿Cuál Pertenece? Tejí Sport es una empresa textil que pertenece al sector secundario de la economía, con la industrialización, elaboración de telas y fabricación de prendas deportivas con materias primas como el poliéster y spandex, de igual manera pertenece a los sectores de la moda, cuidado personal, salud, deporte y belleza, la finalidad de las telas que elabora Tejí Sport es la confección de prendas deportivas de alta calidad que brinden confort y cuidado al consumidor final. De acuerdo a estadísticas de ColombiaCO y Procolombia, se estima un crecimiento del 2% para el presente año, 2022. (Investincolombia, 2022)

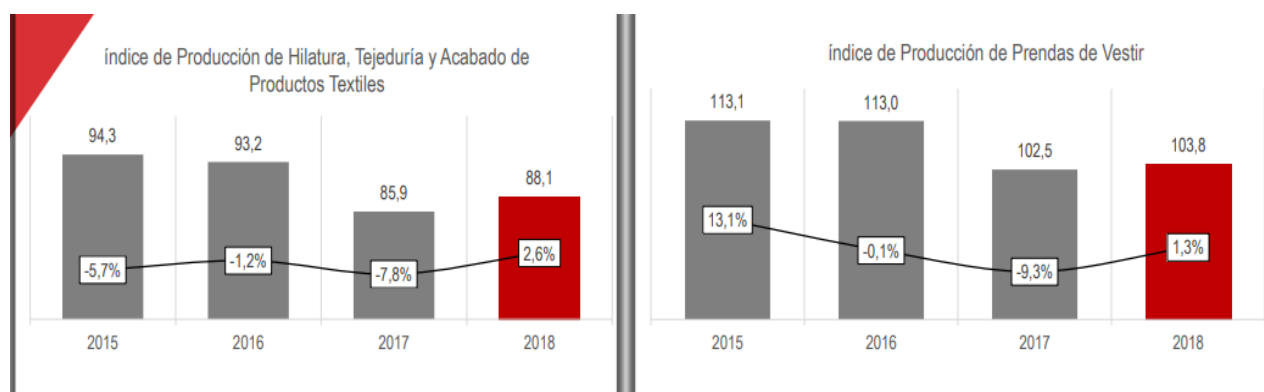
2.2.2 Rentabilidad del Sector. Para analizar la rentabilidad del sector es necesario tomar datos históricos, años anteriores a la pandemia de la Covid 19, de esta manera, para el año 2018 la rentabilidad del sector en fue de un 3.7% con un margen neto superior en 1.1 puntos porcentuales en comparación el año inmediatamente anterior, así en los primeros 5 meses del año 2019, el sector textil venía con un crecimiento del 4.8% respecto al año 2018 de acuerdo con el resumen económico del instituto colombiano Inexmoda. (INEXMODA, 2019)

2.2.3 Tamaño del Sector (Volumen de Ventas). La producción y las ventas para el año 2018 tuvieron un crecimiento 2.9% en comparación con el año 2017, de igual manera las exportaciones se incrementaron en un 24.9% (producción textil) y 14.5% (prendas de vestir) lo que representa \$269 y \$88 millones de dólares respectivamente. En los primeros 7 meses del año 2019 el sector había registrado exportaciones por un valor de \$528,3 millones de dólares, de

acuerdo a Procolombia, sus clientes principales estaban ubicados en países como EE.UU., Ecuador, México, Perú y Costa Rica. (PROCOLOMBIA, 2021)

2.2.4 Tendencias de Crecimiento (Últimos Años). Desde el año 2014 hasta el año 2017 ha tenido un decrecimiento, el más alto se presentó en el año 2018 el cual fue del -7,8%, la principal causa fue el aumento del contrabando y la poca demanda del producto nacional a esto hecho se le suma el crecimiento de las importaciones que se hicieron de otros países principalmente productos elaborados con mano de obra de países asiáticos.

Figura 2. Producción interna de productos textiles



Fuente: comportamiento de la producción textil y confecciones en el periodo de 2015 – 2018 tomada de (INEXMODA, 2019)

2.2.5 Proyección de Ventas del Sector. De acuerdo a la cámara de comercio de Bogotá, se espera que el año 2022 el sector tenga un recuperación en producción y ventas, igualando las cifras del año 2019, a la fecha que se realiza este trabajo, febrero 2022 y después de haberse realizado Colombiatex de las Américas 2022, uno de los eventos que marca la ruta de la moda, que contó

con cerca de 20.000 visitantes, 445 expositores y alrededor de 12.300 compradores del mundo, lo cual representará una oportunidad de negocios de exportación de alrededor \$64 millones de dólares; en el mercado nacional, se espera un crecimiento del 5% del gasto en moda en la población colombiana. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2020)

2.2.6 Estructura del Sector. Colombia en la última década, ha sido un referente a nivel internacional en la producción de textiles y en las tendencias de moda, lo que ha hecho que el país sea un atractivo para los inversionistas extranjeros que deciden invertir su capital en esta industria, con el objetivo de obtener altas rentabilidades. Este sector en Colombia tiene una estructura sólida, que a lo largo de los años se ha ido fortaleciendo con la creación de agremiaciones, clúster, ferias y eventos empresariales en diferentes regiones del país, principalmente en el departamento de Antioquia y específicamente en la ciudad de Medellín, las diferentes estrategias que se han creado tienen objetivos, como respaldo económico, generación de empleo y creación de imagen a nivel nacional e internacional; es importante resaltar que las ferias y eventos que se realizan, no solo tienen un impacto en el sector textil, también se ven beneficiados otros sectores de la economía como lo son el transporte, el turismo, gastrobares y de hecho hasta la economía informal por altas derramas económicas que se generan.

Para el año 2019, la industria textil en Colombia generó 600 mil empleos, el 9,4% del PIB industrial, las ventas alcanzaron USD 8 millones, más de 1.200 empresas de la industria textil exportaron a más de 100 países. Según la cámara de comercio de Medellín en Antioquia el clúster del sector textil está conformado por 14 mil empresas, alrededor de 13.000 son microempresas, aproximadamente 1.000 son Pymes y 75 de ellas son grandes empresas. (Valora Analitik, s.f.)

2.2.7 Factores Claves de Éxito del Negocio. El sector textil desde finales del siglo XX cumple un papel importante en la economía del país con el aporte que realiza al PIB (Producto Interno Bruto) y en el desarrollo de la competitividad nacional, las diferentes agremiaciones y el gobierno nacional han impulsado la industria a programas de mejora continua para mantener la calidad en los productos, la innovación en los procesos de confección, la promoción y ventas en los mercados internacionales. Otro de los factores clave es la amplia trayectoria de las empresas del sector en la confección textiles, siendo una de las industrias más antiguas del continente, los inicios de la industria de la moda en Colombia surgen para la primera década del siglo XX cuando Alejandro Chavarría fundó Coltejer, la primera textilera de Colombia, años después surgieron otras empresas dedicadas a la industria de la confección, como lo fueron Fabricato (1922), Lafayette (1924), Everfit (1942), algunas de ellas aún vigentes, con estas empresas llegó el auge de la moda y con ellas la profesionalización del sector y nuevos diseñadores de talla internacional y para 1987 se fundó el Instituto para la Exportación y la Moda (Inexmoda). (Gonzalez Litman, 2016).

Capítulo 3.

3.1 Objetivos

3.1.1 Objetivo General. Posicionar la marca de acuerdo al cumplimiento de parámetros exigidos por la legislación colombiana, ofreciendo un producto con unos atributos de calidad, generando procesos que satisfacen las necesidades de los consumidores.

3.1.1.1 Corto Plazo. Generar sostenibilidad del negocio proyectando el crecimiento económico, para la empresa y los inversionistas, de manera que sea sostenible en el mediano y largo plazo, que garantice un respaldo financiero con los compromisos contables y crediticios.

3.1.1.2 Objetivos Mediano Plazo. Generar un diferencial frente a la competencia, que permita un mayor posicionamiento y un reconocimiento de la marca a nivel nacional.

Liderar convenios a nivel internacional para desarrollar estrategias contribuyendo a una buena reputación de la marca.

Proyectar la marca y los procesos llevados a cabo para sustentar un producto ecológico, respetuoso de las problemáticas medioambientales.

Desarrollar estrategias de Publicidad, en redes sociales que aumenten la aceptación de las marcas en eventos, ferias y festivales en las cuales se expone la importancia de los textiles como una industria con un amplio reconocimiento a nivel mundial.

3.1.1.3 Objetivos A Largo Plazo. Consolidar la marca y las tecnologías empleadas para su producción, como un diferencial en el mundo, evidenciando su carácter como líder en el mercado nacional y de la región de América Latina.

Desarrollar alternativas de trabajo para las personas de escasos recursos, dando como resultado un impacto social de la empresa y en la sociedad.

Incentivar la participación de las instituciones educativas para el desarrollo de procesos en los cuales se mejore la calidad del producto.

3.1.2 Objetivos Específicos.

- Analizar la viabilidad del del producto y su comercialización en Bogotá.
- Medir el nivel de aceptación de la marca por parte de los millenials a través de encuestas de satisfacción en redes sociales.
- Estimar el grado de posicionamiento de la marca en el mercado textil por medio de análisis estadísticos mensuales de ventas y fidelización de clientes

3.2 Mercado Potencial

Hombres y mujeres de 20 a 25 años, de nivel socioeconómico medio alto, con poder adquisitivo medio-alto, solteros o en unión libre, profesionales que gozan de un estilo de vida libre, viajeros, aventureros. El medio de pago está sustentado en canales virtuales, los servicios ofrecidos para la adquisición del producto, determinado por la comercialización en eventos en los cuales se genera un reconocimiento de la marca, el reconocimiento del producto está relacionado con la experiencia que tienen los consumidores generando satisfacción y apropiación

del producto, el producto será comercializado en cuatro temporadas a lo largo del año respondiendo a la creciente demanda del producto.

La comercialización del producto se realizará en el municipio de Rionegro, Antioquia reconociendo la importancia que tiene esta ciudad como el lugar donde está ubicado un mercado con un alto crecimiento y desarrollo.

3.3 Mercado Meta

El mercado meta a nivel nacional está localizado en el municipio de Rionegro Antioquia, cuyo consumidor se perfila como una persona con poder adquisitivo que permitirá consolidar la aceptación en este mercado. Por otra parte, se pretende realizar exportaciones del producto a largo plazo hacia ciudades como París y Londres, pues se consideran parte del epicentro de la moda y lugares en los cuales la marca podría tener aceptación paulatinamente.

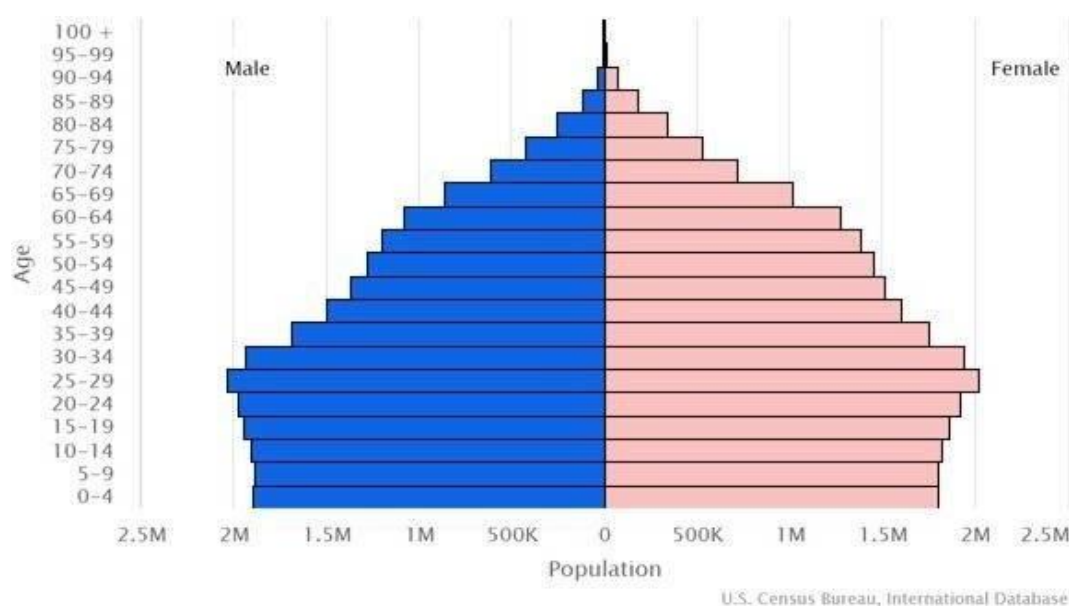
Por lo demás, es importante destacar que se escogieron estas ciudades como destino por su gran potencial de mercado y su baja incidencia en este tipo de producciones, lo cual generaría innovación en estas ciudades principales. En ese sentido, pese a ser epicentro de la moda, será de vital importancia exportar este tipo de telas que son necesarias dentro de la producción meta.

3.4 Cuantificación Del Cliente

De acuerdo con las realidades económicas actuales, se puede considerar que en 2025 se constituirá la generación que mayor relación tiene a nivel productivo. Lo anterior se podría

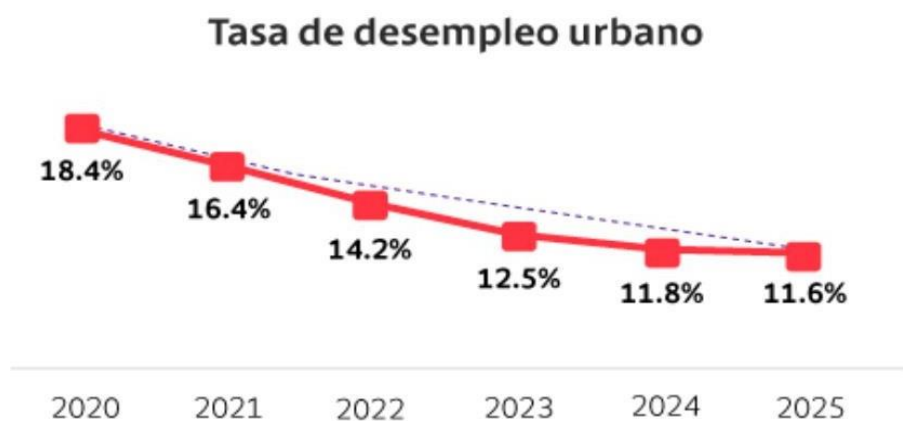
evidenciar en factores como personas con un alto nivel de formación educativa, ubicados laboralmente y con ingresos económicos altos.

Figura 3. Población colombiana de acuerdo a proyecciones de la Agencia Central de Inteligencia (CIA)



Fuente: (CIA.gov, 2022)

El presente estudio analiza la viabilidad del desarrollo de la marca ante consumidores con un poder adquisitivo alto que, además, poseen un grado de profesionalización que determina el poder adquisitivo como un factor relevante para el grado de aceptación de los productos. Una cifra que respalda esta proyección está dada por el avance paulatino en la tasa de desempleo, pudiendo llegar a un 11,6 % para 2025. La Figura 1 ejemplifica dicha proyección.

Figura 4. *Proyección de la tasa de desempleo hasta 2025*

Fuente: Grupo Bancolombia (2021)

Además, otros sucesos que respaldan un posible mejoramiento en la calidad de vida de los colombianos a mediano plazo se relacionan con el hecho de que la economía está más adaptada para operar en medio de la pandemia. Además, el avance reciente del virus no ha afectado la movilidad, la demanda o el desempeño sectorial (Grupo Bancolombia, 2021). Asimismo, es de anotar que el avance del plan de vacunación se ha intensificado y, por último, continúa la política económica en terreno expansivo para apoyar la reactivación económica.

3.5 Mercado Competidor

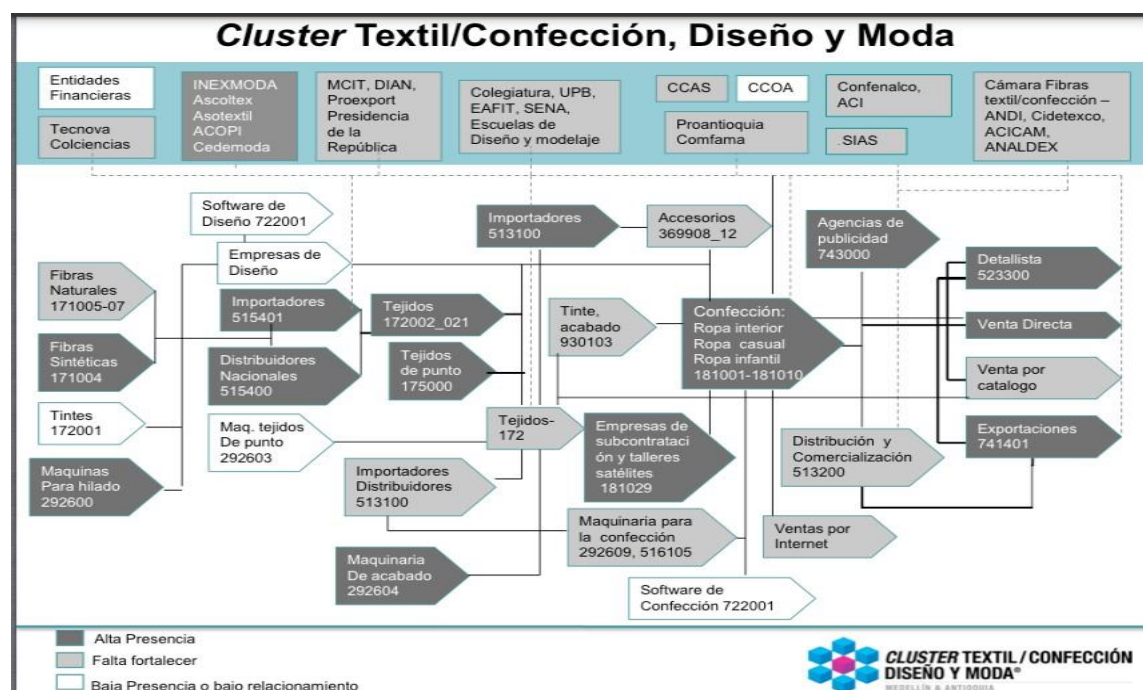
El producto inicialmente será introducido en el mercado con un bajo precio, que se constituirá como una promesa de venta en la cual se pretende caracterizar que tiene calidad a un precio que pueda ser obtenido por los consumidores. De acuerdo con las dinámicas actuales, la comercialización de este producto se realizará a nivel presencial, si bien es cierto que la

ubicación de la bodega estará situada en Rionegro, se debe considerar que en la actualidad existen múltiples canales de comunicación y venta, siendo los canales electrónicos los de mayor crecimiento respecto a su uso e interacción.

Así, el producto se venderá por medio de redes sociales y e-commerce, lo cual generará una acción en la cual el consumidor tenga una participación activa propiciando, a su vez, la aceptación del producto y generando un perfil de consumidor que tenga la posibilidad de acceder a una participación en la construcción de la marca con una interacción constante.

Por otra parte, y con el fin de analizar el alcance de los posibles competidores de la marca, la Figura 2 presenta un cuadro con los principales agentes que componen el clúster textil y de confecciones de Medellín.

Figura 5. Clúster del sector textil, diseño y moda en Medellín



Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (CCM, 2012)

La conformación del clúster está dada por las empresas e instituciones especializadas y complementarias en la actividad de la confección de ropa interior y vestidos de baño, ropa infantil y de bebe, y ropa casual, las cuales pueden agruparse en (Rodríguez Ruiz, 2014):

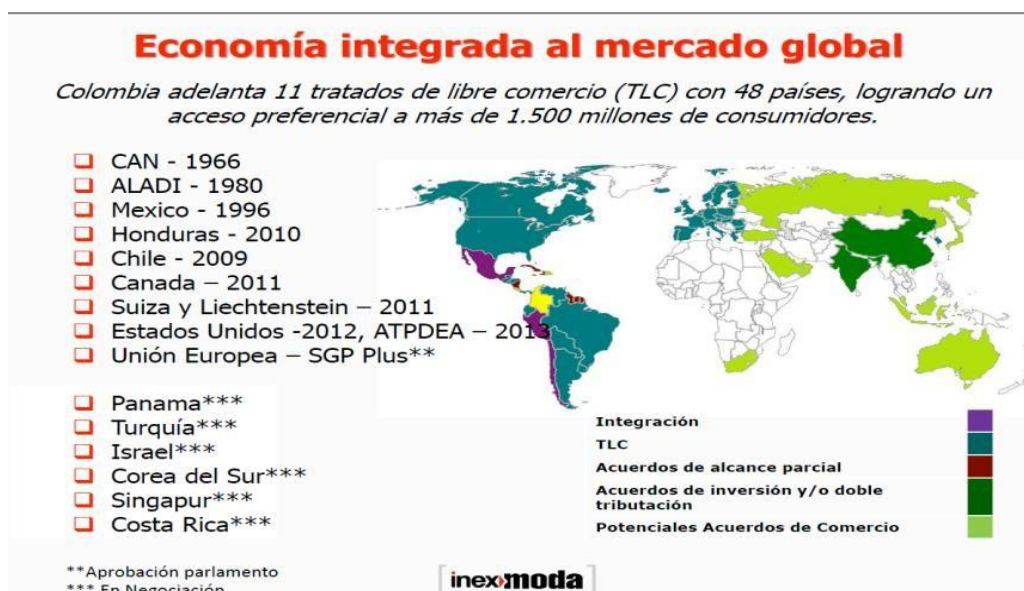
- Empresas de productos y servicios finales.
- Proveedores de materias primas, maquinaria y equipo.
- Instituciones financieras.
- Instituciones educativas, de investigaciones y capacitación.
- Empresas de sectores afines y complementarios.

De igual forma, también es posible ver la integración de:

- Canales de distribución o clientes.
- Fabricantes de productos complementarios.
- Proveedores de infraestructura.
- Proveedores de servicios especializados.
- Organismos privados de apoyo al clúster.
- Organismos gubernamentales.

Ahora bien, la Figura 3 muestra el nivel de participación de este clúster en lo que respecta a las importaciones y exportaciones o la integración en el comercio internacional, mientras que la Figura 4 relaciona el número de exportaciones e importaciones de este mismo sector:

Figura 6. Economía integrada al comercio internacional del clúster textil en Medellín



Fuente: Observatorio económico de Inexmoda (2012)

Figura 7. Importaciones y exportaciones del sector textil y confecciones



Fuente: Rodríguez Ruiz (2014).

Tabla 4. Posibles competidores de la marca

Nombre de la empresa	Razón social	Productos	Precios de referencia	Canales de venta	Canales de pago	¿Compite con la marca?
Babalú Fashion ropa deportiva	Ramasu S.A.S.	Ropa deportiva para hombre y dama: camisetas, licras, sacos, ciclistas, etc.	Top deportivo dama: \$ 45 000.	Página web: https://babalufashion.com/	Transferencias electrónicas, efectivo, tarjetas débito y crédito.	Sí. Babalú Fashion hace parte de un grupo empresarial establecido por sociedad anónima, lo que quiere decir que posee mayor capacidad económica y de penetración en el mercado. Además, lleva varios años en el mercado y en la actualidad realizan exportaciones al exterior. Asimismo, ofrecen precios competitivos.
		Trajes de baño, ropa interior femenina, lingerie.	Vestido de baño dama: \$ 45 000- \$ 60 000.	Puntos de venta físicos: San Antonio, C.C. El Tesoro, Maturín con Cundinamarca, C.C. Puerta del Norte, C.C. Hollywood.		
			Bóxer hombre: \$ 14 000.			
Sportage	Sportage Tienda S.A.S.	Ropa y calzado deportivo para dama, hombre y público infantil (tenis, camisetas, accesorios deportivos, etc.).	Camiseta Nike dama: \$ 200 000.	Página web: https://www.sportageTienda.com/	Tarjeta débito y crédito, efectivo.	Sportage vende ropa y calzado deportivo o de moda de otras marcas ya conocidas, razón por la cual sus precios son elevados. Además, no participan del comercio internacional. En este caso no sería un competidor para la marca.
			Tenis Skechers para niña: \$ 115 000.	Punto de venta físico en Medellín Centro Comercial Puerta del Norte		
			Vans bota para niño: \$ 200 000.			
Racketball	Racketball S.A.	Ropa deportiva para hombre y mujer: camisetas, pantalonetas, licras y licrillas, joggers, tops, entre otros.	Camiseta dama: \$ 50 000	Página web: https://www.racketball.com.co/	Tarjeta débito y crédito, efectivo, transacciones digitales.	No. Pese a que Racketball lleva varios años en el mercado, su crecimiento no ha sido exponencial. Además, solo venden sus productos a nivel nacional.
			Camiseta hombre: \$ 65 000	Punto físico		
			Licra: \$ 80 000- \$ 100 000.			

Fuente: Elaboración propia basados en el análisis de las empresas mencionadas en la tabla y que ofrecen este tipo de productos.

3.6 Mercado Distribuidor

3.6.1 Distribución Directa. Las telas elaboradas por Tejí Sport, serán distribuidas por venta directa, se crearán redes de relacionamiento con los clientes y prospectos en ferias empresariales, correo electrónico, punto de venta en la planta de producción y redes sociales e internet; los esfuerzos de la empresa estarán enfocados a estos dos últimos canales, teniendo en cuenta que disminuyen los costos y se eliminan fronteras psicológicas; la crisis de la covid 19, fue el impulso para las ventas en línea, para el caso de Colombia y de acuerdo a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, (2021), en el año 2020 este canal tuvo un incremento del 30.2% en comparación al año 2019 y se estima que para el año 2025 el total de las ventas de retail en Colombia alcanzará un 7%, las cuales a hoy son del 5%. (larepublica, 2021)

3.6.2 Distribución a través de Terceros. En la industria textil, la comercialización por medio de terceros se realiza en cantidades mínimas del total de producción, en cuanto se refiere al consumo nacional, siendo los principales consumidores personas que les gusta confeccionar su propia ropa, microempresas o compradores ocasionales, entre tanto, los distribuidores, en la práctica comercial, asignan entre un 30% y 35% de utilidad sobre el valor adquirido; la mayor parte de la producción las compran directamente las empresa que confecciona las prendas de vestir al fabricante.

3.7 Comunicación y Actividades de Promoción y Divulgación

3.7.1 Comunicación. Las compañías están en constante comunicación con su entorno, el principal objetivo es modificar la percepción, la decisión y la acción humana del receptor, en el caso de la compañía Tejí SAS busca generar alta expectativa en sus clientes y potenciales compradores enfocadas a la calidad, beneficios y soluciones que otorgan las telas fabricadas, de manera que cumpla con su promesa de valor y permita generar utilidad con el desarrollo de la razón social. (ONTIVEROS, 2013).

Figura 8. *Logotipo Empresa Tejí Sport S A*



Nota: Gráfico Logo Empresa Tejí Sport, Autoría propia

Slogan de la empresa. Tejí Sport, las telas que tú piel se merece.

Nombre comercial de los productos

Royal: La comodidad es real.

Vital: Para estar bien.

Dentro del presupuesto mensual, Tejí Sport destinará \$5.500.000 para la comunicación y promoción de la marca, pago a administrador de redes sociales y medios digitales, invitaciones que fortalezcan los vínculos comerciales entre proveedores y compradores como lo son almuerzos de negocios y demás actividades de relacionamiento que beneficien los intereses de la compañía.

Tabla 5. *Costos Mensuales de Comunicación*

Costos Mensuales de Comunicación	
Comunicación Digital	\$500.000,00
Relacionamiento comercial	\$2.000.000,00
Viáticos	\$3.000.000,00
Total, Costos	\$5.500.000,00

Nota. Datos expresados en pesos colombianos, Autoría propia, basado en los precios del transporte local, las invitaciones sociales y el cobro por community manager de redes sociales y pagina web que realizan.

3.7.2 Actividades de Promoción y Divulgación. Las empresas realizan estrategias de promoción a través de la publicidad con el objetivo de persuadir a las personas para que compren su producto o servicio, ayuda a llamar la atención de la audiencia, en especial a las personas del nicho de mercado y fidelizar a sus clientes; la promoción es una de las 4 P del marketing mix que

es el conjunto de acciones que emplean las empresas para publicitar la marca o producto en el mercado. La empresa Tejí Sport divulgará su publicidad principalmente por medio digitales como son redes sociales (Facebook –Instagram) y pagina web, también lo hará en las ferias y eventos de ciudad que acordes a la razón social de la empresa. (OLIVIER PERALTA & TRILLO, 2021)

Tejí Sport utilizará diferentes canales para dar a promocionar la marca y vender sus productos como lo son, la publicidad digital aprovechando posicionamiento de las redes sociales especialmente de Facebook e Instagram, de igual emplearán el relacionamiento cara a cara por medio del equipo de relacionamiento comercial de manera local y nacional.

Tabla 6. *Costos de Promoción y Divulgación*

Costos de Promoción y divulgación	
Publicidad Redes Sociales	\$500.000,00
Página Web	\$1.000.000,00
Publicidad en ferias	\$3.000.000,00
Total	\$4.500.000,00

Nota. Datos expresados en pesos colombianos, Autoría propia. basados en los valores comerciales de META (Facebook) para realizar publicidad mensual con alcance entre dos y seis millones de cuentas, el cobro que realizan las aerolíneas por trayectos nacionales y el hospedaje en hoteles ubicados en las principales ciudades del país.

3.8 Plan de Ventas

- Plan de ventas mensual: demanda mensual actual que estime atender.
- Proyección de la demanda (3 años)

3.8.1 Encuesta.

3.8.2 Plan de Ventas.

Mercado objetivo. Las telas elaboradas por la empresa Tejí Sport tendrán como mercado objetivo las empresas y PYMES que confeccionen prendas deportivas ubicadas en la ciudad Medellín, oriente Antioqueño cercano y en Ecuador.

Herramientas. El equipo de ventas estará al frente del relacionamiento comercial y se utilizarán los canales de ventas digitales, página Web, Redes Sociales y WhatsApp Bussines, adicional se utilizará un Customer Relation Management (CRM) que permita atender las solicitudes de los clientes de manera oportuna.

Recursos digitales y herramientas. Se realizarán charlas virtuales con expertas en ventas, lo que permitirá que la persona designada para esta función, tenga el pleno conocimiento y habilidad para de atender a los clientes.

Tabla 7. Proyección ventas anual

Plan de Ventas Mensual			
Referencia	Cantidad Kilos	Precio/Kilo	Total
Royal	1.250,00	\$ 44.000,00	\$ 55.000.000,00
Vital	1.250,00	\$ 20.000,00	\$ 25.000.000,00
Total			\$80.000.000,00

Nota. Proyección ventas tres años, Autoría propia, basados en la información brinda por el Señor John Alberto Pérez Henao, experto en fabricación de telas para el sector de las confecciones.

Tabla 8. Proyección ventas anual

Plan de Ventas Tres Años			
Año 1			
Referencia	Cantidad Kilos	Precio/Kilo	Total
Royal	15.000,00	\$44.000,00	\$660.000.000,00
Vital	15.000,00	\$20.000,00	\$300.000.000,00
Total			\$960.000.000,00
Año 2 Incremento 5%			
Referencia	Cantidad Kilos	Precio/Kilo	Total
Royal	15.750,00	\$44.000,00	\$693.000.000,00
Vital	15.750,00	\$20.000,00	\$315.000.000,00
Total			\$1.008.000.000,00
Año 2 Incremento 3%			
Referencia	Cantidad Kilos	Precio/Kilo	Total
Royal	16.537,50	\$44.000,00	\$727.650.000,00
Vital	16.537,50	\$20.000,00	\$330.750.000,00
Total			\$1.058.400.000,00

Nota. Proyección ventas tres años, Autoría propia, basados en la información brinda por el Señor John Alberto Pérez Henao, experto en fabricación de telas para el sector de las confecciones.

Capítulo 4. Análisis de Comercio Internacional

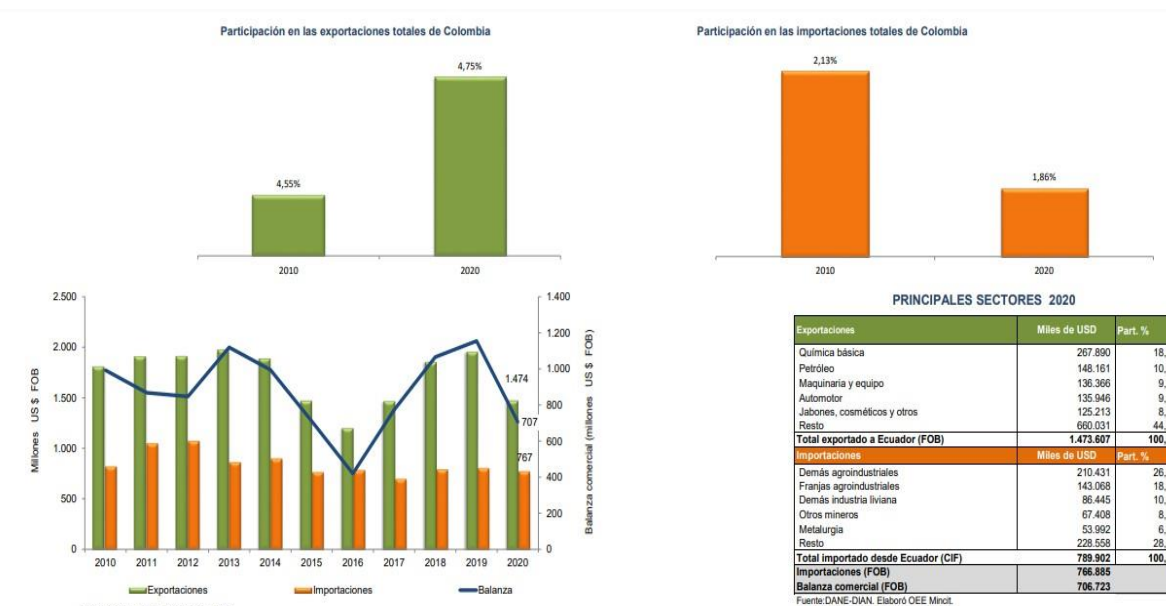
4.1 Tratados Comerciales

País destino: Colombia y Ecuador por más de 50 años han tenido relación comercial, el primer acercamiento que tuvieron se dio con el acuerdo de Cartagena, el cual dio nacimiento a la Comunidad Andina, antes de 1969, conocida como Pacto Andino o Grupo Andino, de otra parte, el 12 de octubre del 2016 la Unión Europea (UE) aceptó la adhesión de Ecuador al acuerdo comercial entre Colombia y el Perú.

Comunidad Andina de Naciones (CAN): Organismo internacional integrado por Perú, Bolivia, Ecuador y Colombia, como lo mencionan la página web de la CAN:

Tiene como objetivo alcanzar el desarrollo integral, equilibrado y autónomo para 111 millones de personas que habitan los países miembros, el rango de acción por los que se rige el acuerdo comercial es, acceso a mercados, Sanidad Agropecuaria, calidad, obstáculos técnicos al comercio, integración física, transformación productiva, servicios e inversiones, asuntos de sociales, propiedad intelectual y áreas especiales. (Comunidad Andina de Naciones CAN, 2022).

Figura 9. Comercio Bilateral De Colombia Con Ecuador. (Exportaciones, importaciones y balanza comercial)



Fuente: (TLC, 2021)

Acuerdo Comercial Entre La Unión Europea y países Andinos: Desde inicios del siglo XXI la EU y la CAN los intercambios comerciales han tenido crecimientos exponenciales con diferentes productos, principalmente exportaciones de commodities desde los países suramericanos hacía países integrantes de la UE, el principal objetivo es trabajar los mercados en bloque de manera que las empresas de cada país se puedan apalancar en el conocimiento, capacidad instalada, recursos financieros y valor competitivo de sus partners lo que les facilita el acceso a nuevos clientes y tener la capacidad de atender la demanda del mercado con un menores costos y mayor rentabilidad.(Sistema de Información Sobre Comercio Exterior, 2022)

Países proveedores de materias primas:

China: A la fecha, Colombia y China cuentan con instrumentos bilaterales para fomentar el intercambio comercial y la inversión como lo es el acuerdo comercial que suscribieron bajo la ley 53 en el año de 1983, un segundo acuerdo para la Protección y Promoción Recíproca de Inversiones firmada en Lima, Perú en el año 2008 durante el Foro de Cooperación Económica Asía Pacífico (APEC) (Embajada de Colombia en China, 2022).

Es importante resaltar que los últimos años las relaciones comerciales entre ambos países ha ido en aumento y de acuerdo a al informe del Tecnológico de Antioquía *“ANÁLISIS SOBRE LA INCIDENCIA DE LAS IMPORTACIONES DE ORIGEN CHINO EL SECTOR TEXTIL DE LA ECONOMÍA COLOMBIANA.”* en el año 2019, el 9,32% de las importaciones que realizó el país desde China, corresponden al sector textil. (Tecnológico de Antioquía, 2020)

India: Con este país, Colombia tiene acuerdo para la promoción y protección de inversión firmado en el año 2017, tiene como principal objetivo aumentar la cooperación económica que beneficie a ambas naciones por medio de la inversión extranjera, intercambio de materias primas, productos terminados, comodities, servicios y turismo. (Gobierno de Colombia, 2017)

Vietnam: Existe un crecimiento comercio bilateral entre ambas naciones, el gobierno colombiano, está buscando la posibilidad de aumentar las exportaciones a éste país, principalmente de los productos del sector minero.(Embajada de la República de Colombia en la República Socialista de Vietnam, 2022)

Tabla 9. Comercio bilateral entre Colombia y Vietnam tres años (Millones USD)

2018	2019	2020
549,721	685,068	640,886

Fuente: Tomado de la Embajada de la República de Colombia en la República Socialista de Vietnam.

En menor cantidad se importan materias primas y telas de Brasil, con el que se tiene un Acuerdo de Complementación Económica, México con el que se tiene un Tratado de Libre Comercio (TLC) desde el año 1994 y Estados Unidos con TLC vigente desde el año 2012. (Procolombia, 2020)

4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios.

Código Arancelario para la importación de materias primas es **5402.46.00.00** (Filamentos sintéticos o artificiales), de acuerdo a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN); el gravamen arancelario es del 10% para las importaciones realizadas desde India China y Vietnam, y del 0% para las importaciones realizadas desde Estados Unidos. México y Brasil. (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), 2022)

El código arancelario para la exportación es **6114.30.00.00**, de acuerdo a las páginas consultadas, DIAN, para Colombia, y el sistema Ecuapass de Ecuador; teniendo como referente la comisión del acuerdo de Cartagena de 1992 (Comunidad Andina) y en el Consejo Andino De Ministros De Relaciones Exteriores del 2011 el intercambio de mercancías entre Colombia y

Ecuador tiene un arancel del 0%; de acuerdo a esto, las telas fabricadas y exportadas por la empresa Tejí Sport no tendrán gravamen arancelario. (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), 2022)

4.3 Requisitos y Vistos Buenos

Para realizar tanto el proceso de importación a Colombia y exportación a Ecuador, se debe cumplir con los requisitos establecidos, como lo es:

Exportación (Ecuador): Firma electrónica, Instalación de Software Ecuapass en el ordenador para realizar el proceso de registro de importación y trámites de desaduanización de mercancías.

Importación: Presentar la documentación necesarios a las autoridades aduaneras para realizar el proceso de importación, como lo son, Factura comercial, declaración de importación, lista de empaque y documentos de transporte.

Las materias primas importadas por Tejí Sport como el producto exportado no requieren vistos buenos o certificaciones adicionales a los ya establecidos para cada proceso. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2022)

4.4 Capacidad Exportadora/Capacidad Importadora

La empresa Tejí Sport en su estrategia de ventas tiene como objetivo vender al exterior el 10% de su producción mensual (ver valores Figura 13), el término INCOTERMS que se utilizará, inicialmente, en la negociación es el EXW (Ex Works/Franco fábrica, domicilio

vendedor) y se entregará la debida documentación para la exportación de las telas en la puerta de la fábrica ubicada en el municipio de Rionegro (Antioquia), para tomar esta decisión se tuvo en cuenta que los clientes ecuatorianos importan otras mercancías desde la ciudad de Medellín (Colombia), por lo que tienen dos agencias de aduanas que les transportan los productos a un menor precio por ser clientes frecuentes y existe un alto grado de confianza entre ellos; aparte de esto Tejé Sport por ser una empresa nueva en el mercado, no cuenta con la experiencia, por el momento, para realizar este tipo de operaciones internacionales; esto les va permitir ahorrar costos operativos y no asumir riesgos logísticos que pueda afectar los intereses económicos de la empresa.

Tabla 10. *Capacidad Exportadora para cada referencia de tela (Moneda USD)*

Plan de Ventas exportación				
Referencia	Cantidad Kilos	Precio USD/Kilo	Total USD	Termino de Negociación
Royal	125	\$11,74	\$ 1.467,39	EXW- entrega de la mercancía en la puerta de la fábrica ubicada en Rionegro (Ant, Colombia)
Vital	125	\$ 5,34	\$667,00	
Total USD			\$2.134,39	

** Los valores totales corresponden a una liquidación de \$3.748,15 * dólar (TRM 31 marzo 2022), estos tendrán variaciones de acuerdo a las fluctuaciones se den en el mercado cambiario.

Nota. Proyección ventas de telas para la exportación a Ecuador, Autoría propia basados en la información brinda por el Señor John Alberto Pérez Henao, experto en fabricación de telas para el sector de las confecciones.

4.5 Participación en Ferias Especializadas

La empresa participará de los diferentes eventos de región organizados por las alcaldías y las cámaras de comercio, Tejí Sport También participará en eventos nacionales de manera estratégica, como lo son:

Ferias nacionales

Bogotá Fashion Week: Plataforma que impulsa talentos creativos en la promoción y comercialización de la moda a nivel internacional. (COLOMBIA CO, 2022)

Colombiamoda y Colombiatex: La plataforma más grande de América Latina para el sector textiles principalmente las telas, insumos maquinaria y químicos para la confección y el hogar, el evento se realiza en la Ciudad de Medellín. (COLOMBIA CO, 2022)

Ixel Moda y Plataforma K: Es un evento que se realiza en la ciudad de Barranquilla para promocionar los mejores diseños está pensado para creativos y empresarios con la realización de ruedas de negocios. (COLOMBIA CO, 2022)

Macrorruedas de negocios: Mecanismos de apoyo, comercialización y promoción que realiza PROCOLOMBIA para que empresarios del país creen alianzas que les permita llegar a mercados internacionales con sus productos y servicios. (PROCOLOMBIA, 2022)

Tabla 11. *Participación en eventos y ferias nacionales del sector textil*

Participación Eventos y Ferias				
Evento/Feria	Valor		Salarios	Total
	Participación	Viáticos		
Colombiamoda y Colombiatex	\$ 5.877.000,00	\$1.000.000,00	\$ 500.000,00	\$ 7.377.000
Bogotá Fashion Week	\$ -	\$1.500.000,00	\$300.000,00	\$1.800.000
Ixel Moda y Plataforma K	\$ 3.500.000,00	\$1.800.000,00	\$ 300.000,00	\$5.600.000
MacroRuedas PROCOLOMBIA	-	\$ 200.000,00	\$200.000,00	\$400.000
Total COP				\$15.177.000

Nota. Presupuesto participación en eventos y ferias locales y nacionales del sector textil, autoría propia basados, bajo la información suministrados por las entidades responsables de cada evento (Cámara de Comercio de Bogotá, Inexmoda, Ixel moda, PROCOLOMBIA)

Ferias internacionales.

Feria de cantón: Es la feria comercial más grande de China, se realiza en las temporadas de otoño y verano chino, tiene gran variedad de productos como lo son electrónica de consumo y entretenimiento, maquinaria de fabricación y mantenimiento, bienes de consumo y uso diario y textiles de alta calidad, una de las cosas más importante es que se puede crear relacionamiento con proveedores y en menor porcentaje con clientes, para éste año, por condiciones de la covid 19, se realizará de manera virtual del 15 de abril al 05 mayo 2022, lo que permite que pequeñas empresas pequeñas puedan participar de manera remota y gratis. (China Import and Export Fair, 2022)

SaigonTex: Es el evento más grande en la industria textil y de la confección de Vietnam. Esta exposición se lleva a cabo al mismo tiempo que la Exposición de accesorios de prendas y

telas de Vietnam Saigon. Las dos exposiciones brindan un mercado con diferentes expositores para compradores en Vietnam y los países vecinos; se realizará del 27 al 30 de julio de 2022. (SaigonTex 2022, 2022)

Tabla 12. *Participación en eventos y ferias internacionales del sector textil*

Participación Eventos y Ferias			
Evento/Feria	Valor Participación	Salarios	Total
Feria de Cantón	\$ -	\$ 500.000,00	\$500.000,00
SaigonTex	\$500.000,00	\$ 1.200.000,00	\$1.700.000,00
SaigonTex			
Vuelos	\$ 8.071.961,00		\$ 8.071.961,00
Hospedaje	\$ 780.140,00		\$ 780.140,00
Alimentación	\$ 1.000.000,00		\$ 1.000.000,00
Total COP			\$ 12.052.101,00

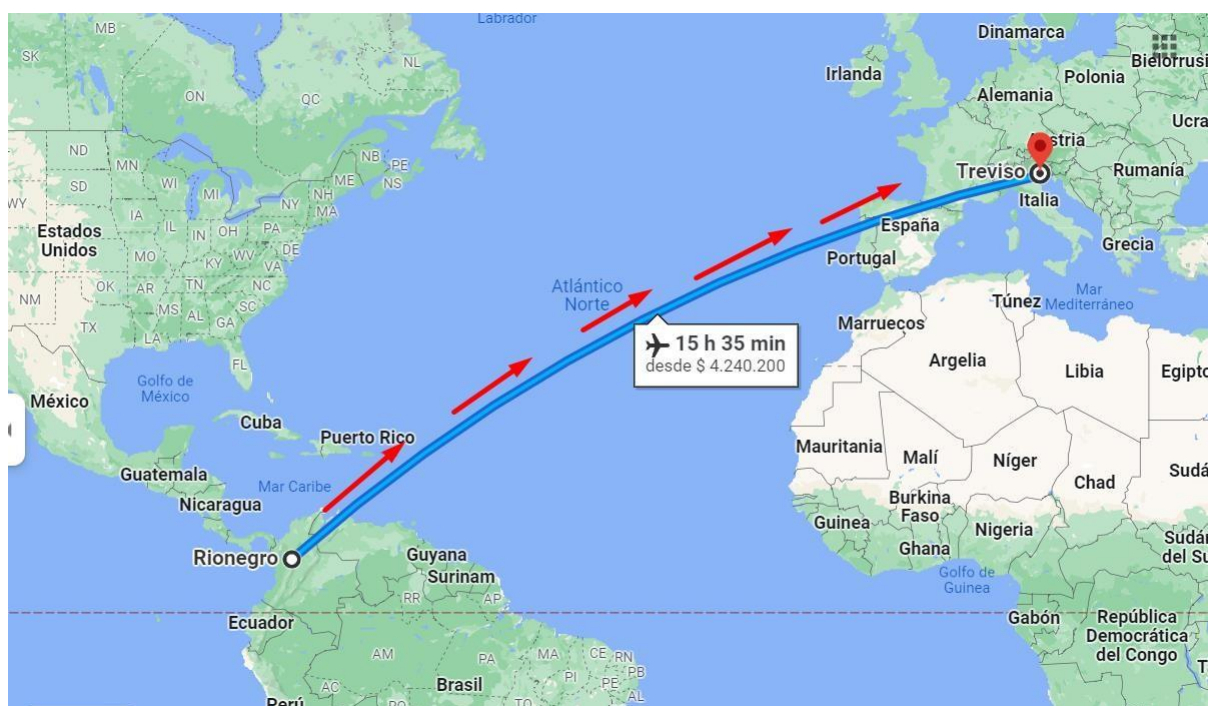
Nota. Presupuesto participación en eventos y ferias internacionales del sector textil, autoría propia basados, bajo la información suministrados por las entidades responsables de cada evento (Feria de Cantón, SaigonTex).

4.6 Rutas de acceso desde acá corrección

Las pruebas piloto para exportaciones por parte de Tejí Sport se harán con las ciudades de Paris y Londres. El transporte de la mercancía se hará por vía aérea para el Incoterm FCA, es decir, la mercancía se entregará en el punto acordado, pero los gastos de la gestión estarán a cargo del comprador. Asimismo, una vez haya concluido con éxito el proceso de exportación a estas dos

ciudades, se procederá a buscar clientes y a realizar las cotizaciones en ciudades como Paris y Londres.

Figura 10. Tiempo de vuelo entre la ubicación de la fábrica y el lugar de destino de la exportación



Fuente: Google Maps 2022

Por otra parte, y de acuerdo con ProColombia (s.f.), en la actualidad cualquier empresa que desee exportar a Italia debe contar con algunos requisitos, entre ellos licencia de importación para ciertos *commodities* con certificado de origen en ciertos países que no pertenecen a la Unión Europea, sin embargo, este certificado de origen no es necesario si el origen se puede determinar en la Aduana por la documentación comercial normal y por el examen físico de la mercancía. Asimismo, se paga un valor de EUR 36.15 o menos para los productos provenientes de países de

la Unión Europea. Entretanto, se paga un valor de EUR 20.65 o menos para los productos provenientes de países no miembros de la Unión Europea y se debe adjuntar la factura para el despacho en aduana.

La infraestructura aeroportuaria de Italia está compuesta por cerca de 130 aeropuertos con excelentes servicios aduaneros, facilitando la manipulación y el almacenamiento de la carga, de los que se destacan el Milano Malpensa en Milán, que sobresale por ser uno de los principales aeropuertos en movimiento de carga de Europa y el principal aeropuerto italiano, con una cuota de mercado de cerca del 50 %.

Este aeropuerto se encuentra ubicado a una amplia y eficiente red de autopistas, lo cual le permite mayor agilidad en el transporte de las mercancías hacia y desde el aeropuerto, tanto a las principales ciudades del país, como a países vecinos como Suiza, Francia, Austria, Alemania, España, Eslovenia y Croacia. En términos de infraestructura, el aeropuerto cuenta con una capacidad de 550 000 toneladas métricas y facilidad para el manejo de todo tipo de carga (general, perecedera, especial).

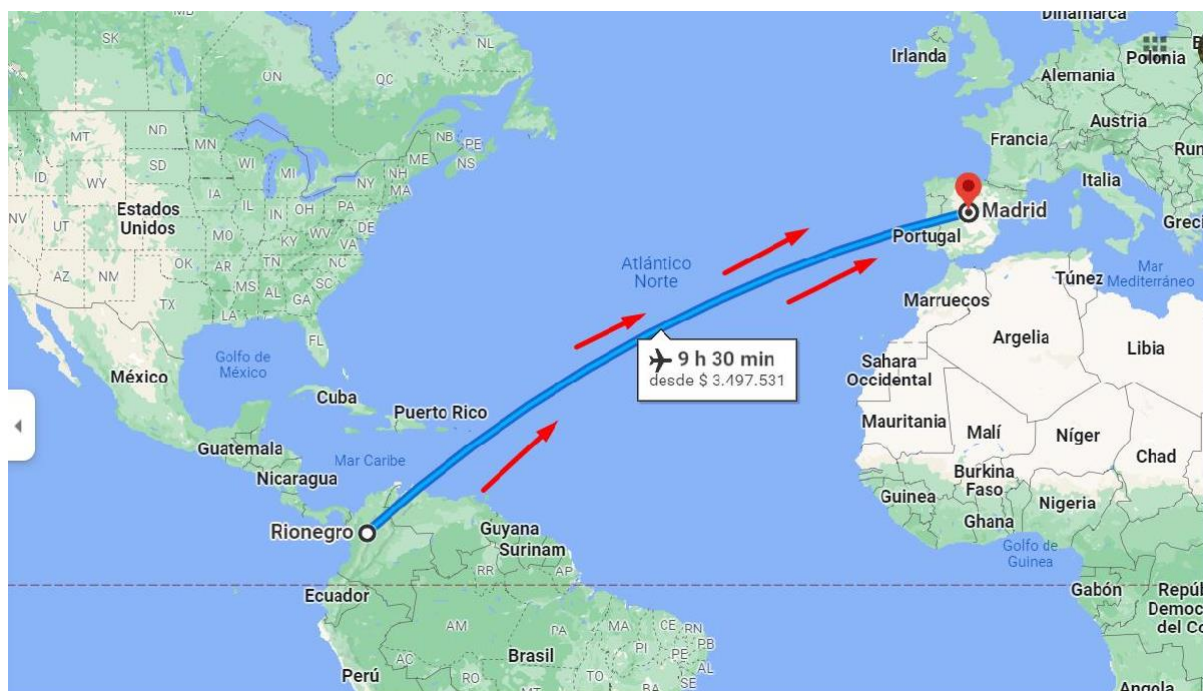
Adicionalmente, se ofrece el servicio de inspección documental, sanitaria y de animales y la inspección CITES, cumpliendo con la normatividad de importación de productos a la Unión Europea. Actualmente existen 8 aerolíneas que prestan servicios de transporte de carga hacia Italia. Las conexiones se realizan principalmente en ciudades de Estados Unidos, Brasil, España, Turquía, Cuba, Países Bajos y Alemania. Por último, para exportar a Italia se necesitan los siguientes documentos:

- Factura comercial.
- Licencia de importación para ciertos *commodities*, incluyendo materias primas para textiles con origen en ciertos países que no pertenecen a la Unión Europea, dependiendo del acuerdo

comercial. Precisamente, el criterio para seleccionar los países que podrán exportar a este país se basa principalmente en los acuerdos comerciales que tenga Italia con países no pertenecientes a la Unión Europea.

- Certificado de origen para mercancía desde países que no pertenecen a la Unión Europea, firmado por el consulado local.
- El Certificado de Origen no es necesario si el origen se puede determinar en la Aduana por la documentación comercial normal y por el examen físico de la mercancía (marcas, productos típicos de cierto país, etc.). Las aduanas pueden exigir en cualquier momento el certificado oficial de origen siempre que el origen sea dudoso.
- Contrato de compraventa internacional.
- Packing list.
- Contrato de transporte.
- Contrato de seguros.
- Declaración de exportación.

Figura 11. Tiempo de vuelo entre la ubicación de la fábrica y el destino de exportación



Fuente: Google Maps 2022

Respecto al transporte aéreo de Colombia hacia España, este país cuenta con una amplia red aérea compuesta por 152 aeropuertos, de los cuales 35 son internacionales. Los que más se destacan en cuanto a la recepción de mercancías colombianas son: Barcelona- El Prat, Madrid-Barajas, Málaga, Sevilla, Valencia y Zaragoza.

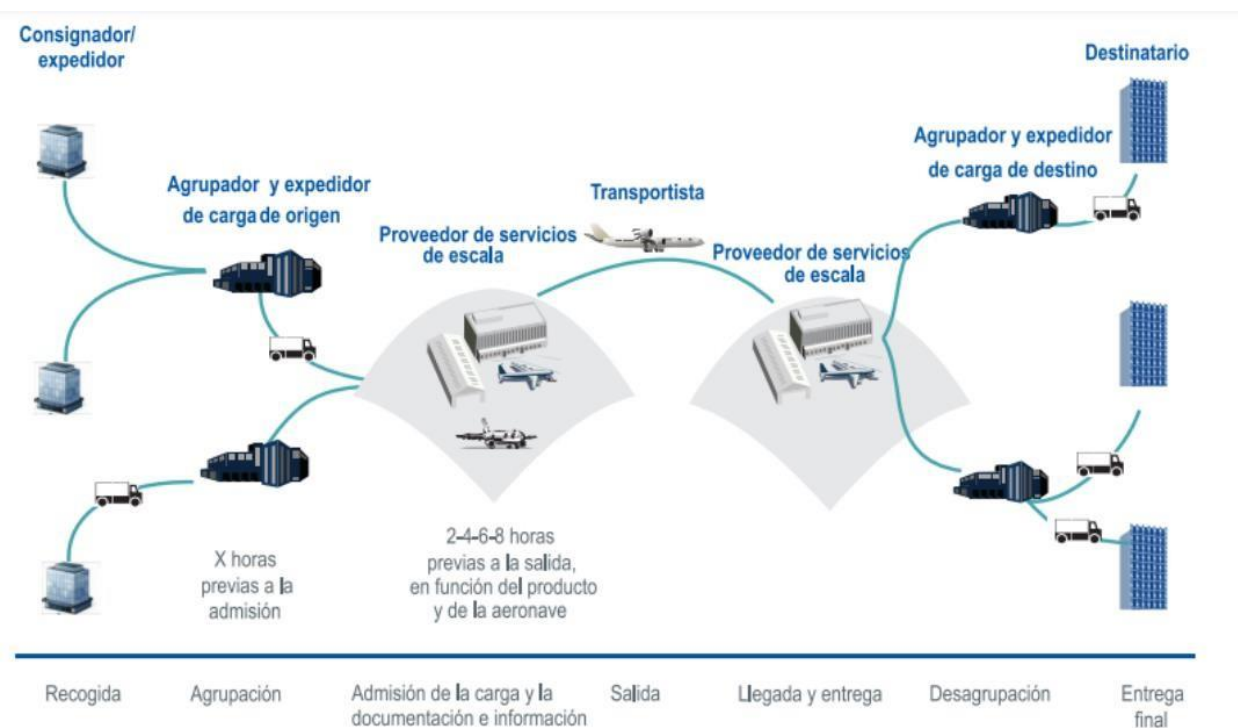
En la actualidad, España invierte en la renovación de infraestructura y servicios de dos de sus más importantes aeropuertos. Existen servicios aéreos directos desde Bogotá a Madrid. Sin embargo, la oferta de servicios aéreos desde Colombia hacia España se circunscribe principalmente a vuelos con conexión en diferentes ciudades como, Miami, París, Londres, Luxemburgo, Caracas, Frankfurt, Ámsterdam y San Juan.

De acuerdo con la estructura de servicios de cada aerolínea, y según el modo de transporte utilizado hacia España, se generan variaciones en los tiempos de tránsito totales. Actualmente existen más de 15 aerolíneas que prestan servicios de transporte de carga hacia España. Las conexiones se realizan principalmente en ciudades de Estados Unidos, Alemania, Brasil, España, Francia, Luxemburgo, Países Bajos, Reino Unido, Italia y México. Por otra parte, los documentos requeridos para exportar hacia España son los siguientes:

- 2 facturas comerciales, conteniendo el valor FOB o CIF, dependiendo el término de venta.
- Certificado de Origen: para los envíos que excedan el valor de 60.10 Euros y 20 Kg, por paquete. No es requerido para mercancías que contengan marcas de fábricas que indican el origen, bajo condición de que los documentos de transporte indiquen estas señales. Estos documentos deben incluir los siguientes datos básicos: nombre y dirección del remitente, teléfono, tipo, marcas y numeración de los paquetes, peso bruto o neto (si es necesario las unidades en números o medidas) de los bienes, especificando el tipo de estos, medios de transporte. Este certificado debe ser expedido por consulados, embajadas o cámara de comercio local en el país exportador, por lo menos 6 meses antes del arribo de la mercancía.
- Licencia de importación: para envíos que excedan el valor de 60. 10 euros y 20 Kg por paquete.
- Licencia de importación del Ministerio de Comercio (director de Comercio Exterior) para bienes no liberalizados. Este documento debe ir acompañado con la factura emitida por el exportador mostrando el valor FOB y CIF de la mercancía (incluyendo los otros costos de transporte y seguro).
- Contrato de compraventa internacional.
- Packing list.

- Contrato de transporte.
- Contrato de seguros.

Figura 12. Modelo de proceso de carga aérea para exportaciones de Tejí Sport



Fuente: Organización Mundial de Aduanas (2013)

4.7 Exportador

4.7.1 Lotes estándar de ventas.

Tabla 13. Lote estándar de venta

Período	Producto	Tamaño de lote (necesidades acumuladas)	Inventario disponible	Costo de mantener (valor en dólares)	Costo de ordenar (transporte y recepción) (valor en dólares)	Total costos	Lead time	Medio de transporte	Precio de venta por unidad (precio de exportación en dólares)
1	Camiseta deportiva para dama tejida de punto	2000	1500	2000	1500		20 días	Aéreo	20
1	Bañadores para dama de una sola pieza	2000	1000	2000	1500		20 días	Aéreo	18
1	Sacos deportivos para hombre	500	300	2500	2000		30 días	Aéreo	30
1	Sacos deportivos para dama	500	200	2500	2000		20 días	Aéreo	25

Fuente: Ayala Molina y Torres Restrepo (2018)

Cotización internacional exportaciones

Tabla 14. *Cotización venta internacional*

Logo de la
empresa

No. de cotización: 001

COTIZACIÓN INTERNACIONAL

Fecha: 15/04/2022

Fecha de fin de validez: 30/04/2022

Código del cliente:

EXPORTADOR / SENDER

Nombre: Tejisports Ltda.
No. de identificación: 911.232.435-7
Dirección: Avenida 50 # 32-43 barrio La Milagrosa,
Rionegro, Antioquia, Colombia
Teléfono: + 57 (60) (4) 234 15 87
Mail: exportaciones@tejisports.com
Código postal: 57
Ciudad: Rionegro, Antioquia, Colombia

IMPORTADOR / CONSIGNEE

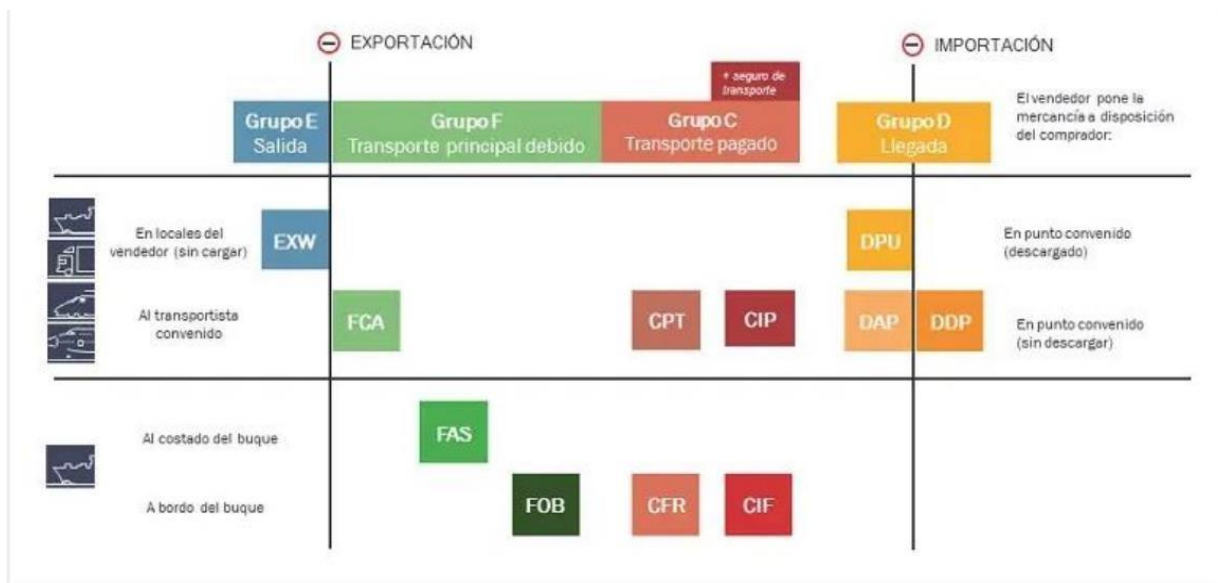
Nombre: Geox International S.A.S.
No. de identificación:
Dirección: Caerano di San Marco, provincia de
Treviso
Teléfono: + 39 (99) 345 798 78
Mail: esportazioni@Diadora-Geox.it
Código postal: 39
Ciudad: Caerano di San Marco, Treviso, Veneto,
Italia

Descripción	IVA	P.U.	Cant.	Precio de exportación	TOTAL
6106- Camiseta deportiva tejida de punto	19 %	15	2000	20	40 000
6112- Bañadores para dama una pieza	19 %	10,15	1000	18	18 000

Fuente: elaboración propia a partir de Ceballos (2013)

Comparación precio de venta DDP con precios de mercado

Figura 13. *Términos INCOTERMS 2020*



Fuente: Agent Comex (2020)

En este término la entrega se produce en cualquier lugar del país de destino, pero siempre sobre vehículo (DDP fábrica, DDP transportista, etc.), además en el precio se incluyen los aranceles y los impuestos internos (Agent Comex EC, 2020). Este término se recomienda para mercancías de poco valor donde el transporte es de tipo *Courier*, siendo el objetivo prestar un servicio rápido al cliente como en el caso de repuestos para máquinas que se requieren reparar con urgencia (Agent Comex EC, 2020). La Tabla 2 muestra un ejemplo real del valor DDP respecto al costo total de las exportaciones de textiles, en este caso hacia Estados Unidos. Aunque puede haber ligeras variaciones en comparación con los posibles costos DDP hacia Reino Unido e Italia en

tanto cada uno de estos países posee condiciones diferentes para la exportación, estas cifras sirven de referencia por cuanto también se trata de textiles.

Tabla 15. Comparación valor DDP real en dólares y precio de exportación en pesos (COP)

Valor de exportación en dólares	Transporte aéreo
Precio interno \$ + rentabilidad 25 %	120 000
EXW	40,16
FOB	
FCA	
Costo de la DFI país exportador	1611,18
Costo de la DFI en tránsito internacional	3950
Costo de la DFI país importador	4080
Valor DDP total	84 394
USD X prenda	42,20
Pesos por prenda	157 622
Valor exportación en pesos	\$ 315 243 236

Fuente: Franco Clavijo (2021)

5.1 Descripción del Proceso de Producción

Para la industria de textil y de la confección, la elaboración de telas es la fase más importante, la textura, el diseño, los trazos y los cortes definen la calidad y las características de la prenda final, a continuación, se describe el paso a paso que se realizan durante la producción de telas.

Compra de la materia prima: Fibras de algodón o material sintético de producción nacional o importados, principalmente de países asiáticos, Estados Unidos y Brasil.

Hilatura: Fabricación de hilo después de limpiar y abrir las fibras naturales o sintéticas, se realiza torciendo las fibras en la carda, máquina enorme en forma de cilindro con púas y varios rodillos. La capa resultante de algodón, refinada, delgada y con las fibras textiles alineadas, alcanza el cilindro doffer. El doffer es un rodillo frotador que retira las fibras del cilindro principal. A su vez una cuchilla vibradora, el peine, separa el algodón del doffer, por último, el algodón se aglomera por medio de un embudo que conforma un cordón grueso que se envuelve en botes metálicos. (Materiales Ecológicos.es, 2022)

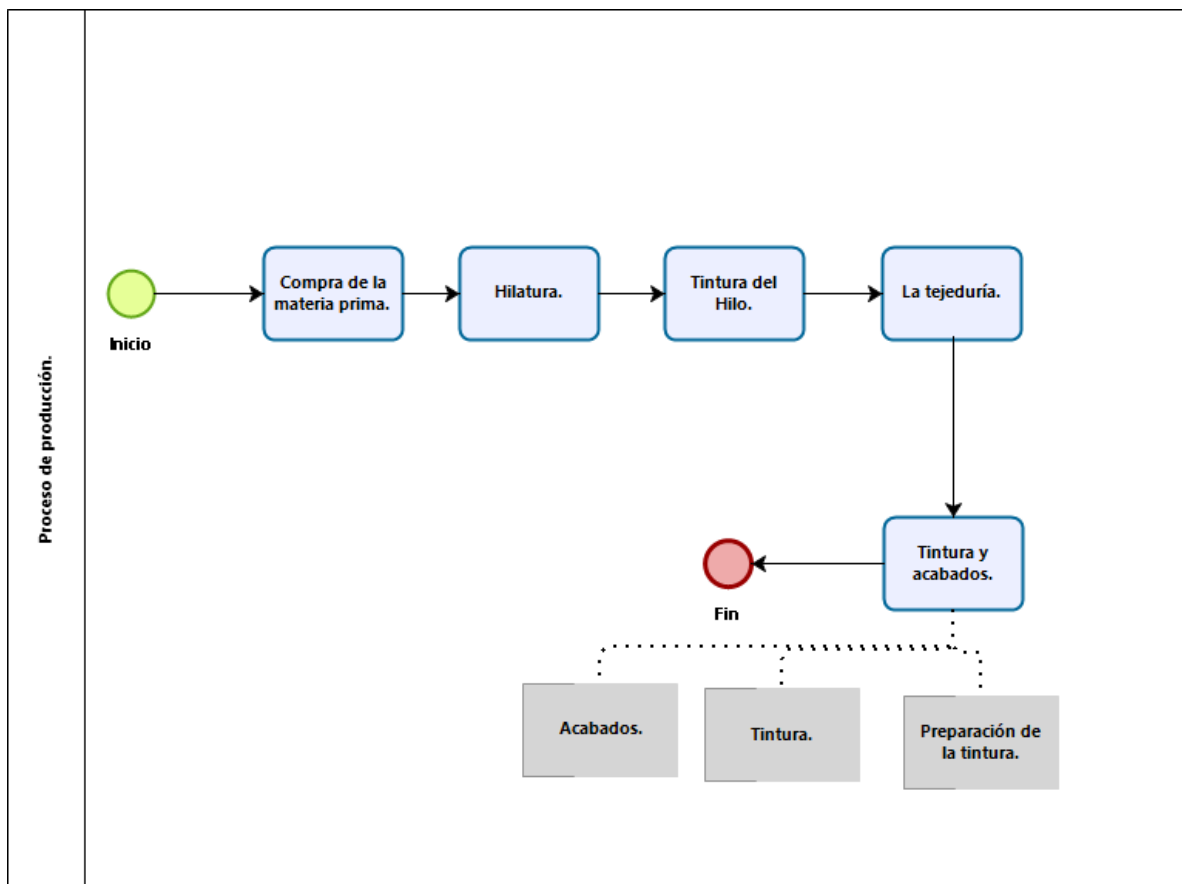
Tintura del Hilo: Se realiza la limpieza, blanqueado, gaseado y tintura del hilo, dependiendo de las características y del uso que se le va a dar al mismo. (ASOLEGIN, 2022)

La tejeduría: Se realiza en diferentes telares como lo son, planos circulares, Katten, Raschel y tricotosas (máquinas de punto) consiste en juntar varios hilos para aumentar la resistencia y textura de la tela.

Tintura y acabados: Van a depender del tipo de tejido, de su composición y de las cualidades que se requiera otorgar a la prenda.

- **Preparación de la tintura:** Se realizan proceso previo para preparar la tela y de esta manera obtener la tintura homogénea, como la eliminación de impurezas, que permitan faciliten la adhesión de los colores aplicados.
- **Tintura:** Se impregna y escurre el tejido con un baño de tinte para la fijación del color.
- **Acabados:** Modificar la superficie del tejido mejorando el tacto y el brillo de la misma, recubrimiento e impregnación, para dar características específicas como propiedades ignífugas, repelentes de agua, protección contra el sol entre otros. (EDTEXTIL, 2022).

Figura 14. Gráfico proceso de producción de telas Tejé Sport



Nota: Gráfico proceso de producción de telas Tejé Sport. Autoría propia basados en la información recolectada de la página web (EDTEXTIL, 2022).

Maquinaria

G36 MÁQUINA DE HILAR A ANILLOS (Hilatura): Tiene un funcionamiento seguro con múltiples soluciones en técnicas de hilaturas que permite obtener variedad de hilados con una alta calidad y económicamente.

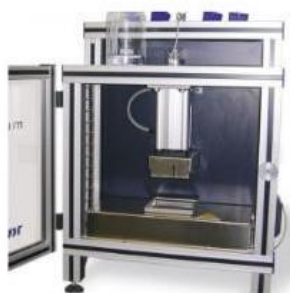
Figura 15. *Máquina hiladora*



Nota: Imagen tomada de la página web (EDTEXTIL, 2022).

MULTI-FASTEST (Tintura del hilo): Dispositivo que permite obtener resultados rápidos sobre la resistencia de los tintes en tejidos e hilos. (EDTEXTIL, 2022)

Figura 16. *Máquina tintura de hilos*



Nota: Imagen tomada de la página web (EDTEXTIL, 2022)

QPRO PLUS FIBRA CORTA Y LARGA (Tejeduría): Con su diseño ergonómico la bobinadora QPRO PLUS permite la tensión del hilo constante durante todo el proceso de

bobinado. Cada uno de los dispositivos de la unidad están accionados de forma independiente consiguiéndose una reducción drástica en el consumo energético. (EDTEXTIL, 2022)

Figura 17. *Máquina tejedora*



Nota: Imagen tomada de la página web (EDTEXTIL, 2022)

PTT (Tintura y acabados): Serie de máquinas para la preparación de tejidos tubulares para procesos de acabo y tintura, la excelente calidad de las costuras reducen drásticamente la cantidad de retales desechados. (EDTEXTIL, 2022).

Figura 18. *Máquina tintura y acabados*



Nota: Imagen tomada de la página web (EDTEXTIL, 2022)

5.2 Capacidad de Producción

La empresa Tejé Sport tiene una capacidad de producción disponible de un 19.81%, para producir telas de ambas referencias, la experiencia del personal operativo, la planificación, la automatización de los procesos repetitivos y el aprovechamiento de la tecnología disponible hace que la empresa, en la actualidad, sólo utilice un 81.19% de la capacidad productiva lo que brinda una oportunidad para llegar a nuevos clientes, nuevos mercados y crear alianzas estratégicas que desarrollen el crecimiento y beneficio de la compañía.

5.3 Plan de Producción

La empresa Tejé Sport tiene una línea de producción conformada por 4 máquinas (ver figuras 25, 26,27,28,) de última generación, las cuales permiten atender la solicitud de compra

que realizan los clientes locales e internacional y de la participación de eventos ocasionales, como ferias, macrorruedas de negocios, eventos deportivos, entre otros.

Política Materia prima: Después de la crisis de salud ocasionada por la covid 19 y ante la actual crisis de contenedores, la compañía definió tener en su bodega, insumos de materia prima para un mes normal de producción que es aproximadamente de 6.365 Kilos de tela referencia Vital y 6.115 Kilos de tela referencia Royal, de manera que ante cualquier eventualidad que afecte el abastecimiento se tenga el tiempo suficiente para tomar decisiones que permitan la continuidad del negocio.

Política de Inventarios: Se realiza revisión periódica, semanal, y se definió tener inventarios entre 1% y 6% por encima de la proyección de ventas mensual.

Tabla 16. capacidad de producción de telas Tejé Sport. (Mensual, trimestral, semestral y anual)

Producción Mensual							
Tela Referencia Vital							
Línea de producción	Horas/día	Minutos	Eficiencia	Minutos para producir 1 kilo	producción kilos/ día	Total Producción en Kilos	
1	8	60	73%		3,6	97	1.265
Tela Referencia Royal							
Línea de producción	Horas/día	Minutos	Eficiencia	Minutos para producir 1 kilo	producción kilos/ día	Total Producción en Kilos	
1	8	60	74,2%		3,6	99	1.286
Producción Trimestral							
Tela Referencia Vital							

							Total
Línea de producción	Horas/día	Minutos	Eficiencia	Minutos para producir 1 kilo	producción kilos/ día	Producción en Kilos	
1	8	60	73%	0,5	701	3.796	
Tela Referencia Royal							
							Total
Línea de producción	Horas/día	Minutos	Eficiencia	Minutos para producir 1 kilo	producción kilos/ día	Producción en Kilos	
1	8	60	74,2%	0,5	712	3.858	
Producción Semestral							
Tela Referencia Vital							
							Total
Línea de producción	Horas/día	Minutos	Eficiencia	Minutos para producir 1 kilo	producción kilos/ día	Producción en Kilos	
1	8	60	73,00%	0,5	701	7.592	
Tela Referencia Royal							
							Total
Línea de producción	Horas/día	Minutos	Eficiencia	Minutos para producir 1 kilo	producción kilos/ día	Producción en Kilos	
1	8	60	74,20%	0,5	712	7.717	
Producción Anual							
Tela Referencia Vital							
							Total
Línea de producción	Horas/día	Minutos	Eficiencia	Minutos para producir 1 kilo	producción kilos/ día	Producción en Kilos	
1	8	60	73,00%	0,5	701	15.184	
Tela Referencia Royal							
							Total
Línea de producción	Horas/día	Minutos	Eficiencia	Minutos para producir 1 kilo	producción kilos/ día	Producción en Kilos	
1	8	60	74,20%	0,5	712	15.434	

Nota: Gráfico de autoría propia, basados en la información brindada por el señor John Alberto Pérez Henao, experto en fabricación de telas para el sector de las confecciones, para la elaboración del presupuesto de ventas.

5.4.2 Requerimiento de maquinarias, equipos, inmuebles y enseres. Se identifica y se selecciona la mejor tecnología disponible en el mercado teniendo cuenta el precio, la rentabilidad, el impacto ambiental, la vida útil y la posible obsolescencia de esta con el fin de cumplir con la cantidad, calidad y tiempos requeridos. A continuación, se presenta el listado de maquinarias y equipos inventariados para fabricar los productos de Tejí Sport

Figura 36 Equipos y maquinarias

Producto	cantidad	Nombre	Características	Especificaciones
Plancha industrial	1	Plancha industrial Silver Star Vapor	Para todo tipo de ropa a trabajar, Para tintorerías, sastrerías, planchadurías, fábricas de ropa, ya que proporciona mucho vapor para dejar las prendas sin arrugas. Con tanque de agua que baja por gravedad, el agua la caliente en la base de la plancha produciendo así el vapor.	Diseño refinado.
				Peso 2.1 Kg.
				Base de aluminio anodizado. Electricidad: 110 V Incluye:
		Proveedor: Máquinas Titus		Base de Teflón Tanque (3 l)
		Ubicación del proveedor: Medellín		Base
	Precio unidad: \$ 270 000		Manguera (1 m)	
	Total: \$ 270 000			
Tijeras de confección	3	Tijera 254 mm Mf 0065 Sastre Acero Inoxidable	Tijera de sastre elaborada por Wolfox en un tamaño de 10 pulgadas. Es el complemento ideal para terminar con acabados profesionales todos los trabajos de diseño y confección, ya que cuenta con un corte preciso y recto incomparable.	Marca: Rotter Wolfox Material: acero inoxidable Modelo: MF0065 Medidas: 254 mm
				Garantía: 1 año Origen: Pakistán Nombre del fabricante: Comercial herramientas S.A. de C.V. Alto producto: 24.72 mm Ancho producto: 84.77 mm Profundo producto: 248.53 mm
		Proveedor: Easy		
		Ubicación proveedor: Medellín		
		Precio unidad: \$ 37 000		
	Total: \$ 111 000			

Fileteadora	1	Fileteadora Industrial 5 Hilo Mecatrónica	Es ideal para que las costuras y acabados de vestidos, pantalones o manteles, sean de buena calidad. Trabaja con varios hilos, normalmente de 2 a 5. Se consiguen costuras más elaboradas y con esta máquina se pueden crear diferentes acabados para crear bordes decorativos y diferentes.	5 hilos, doble puntada seguridad, lubricación automática, largo de puntada, ancho de zig zag. hace filete con 3 y 5 hilos, puntada de seguridad, motor ahorrador integrado ajuste semi pesado, para todo tipo de tela, incluye mueble motor integrado y accesorios garantía de 1 año. Marca: Gemsy.
		Proveedor: Colours Centre		
		Ubicación proveedor: Bogotá D.C. (la compra se realiza de forma virtual a través de la plataforma Mercado Libre).		
		Precio unidad: \$ 1 400 000		
		Total: \$ 1 400 000		
Máquina plana	1	Máquina plana industrial Brother 111 completa	Es una máquina que tiene como función entrelazar un hilo superior con un hilo inferior a través de una tela, realizando una costura recta, se utiliza en el campo de la confección, transformando materia prima textil en prendas de vestir.	Ref.: 1110 Marca: Brother Máquina plana ajuste semi pesado, largo de puntada de 5 y 7 mm, lubricación automática, barra de aguja cubo grueso, 3450 rpm, hasta 7000 puntadas por minuto. Electricidad: 110 V Incluye: Motor 3450 RPM alta ahorrador, accesorios, mueble, herraje.
		Proveedor: Antioqueña de máquinas		
		Ubicación proveedor: Medellín		
		Precio unidad: \$ 1 300 000		
		Total: \$ 1 300 000		
Mesa de corte	2	Mesa para corte y confección	Mesa para utilización de telas, con la facilidad de manejo del material en la misma, con distancias aptas para el manejo del material textil.	Materiales: madera y estructura metálica rígida, módulos totalmente desarmables tipo americana refuerzo central. lamina de 19 mm Portarrollos pesas.
		Proveedor: Paracoser S.A.S.		
		Ubicación proveedor: Medellín		
		Precio unidad: \$ 250 000		
		Total: \$ 500 000		

Computador	3	PC All in One LENOVO - 520 - AMD A6 - 21.5" Pulgadas - Disco Duro 2Tb - Plata	Las computadoras de escritorio ThinkCentre, all-in-one aerodinámicas potencian las vidas laborales de los profesionales en todo el mundo. Diseñadas para maximizar la productividad, son duraderas, confiables y seguras.	Marca LENOVO - Sistema operativo Windows 10 Home Memoria Ram 8 GB Disco duro 2TB Pulgadas 21.5 Pulgadas Resolución pantalla FULL HD, Conectividad BLUETOOTH, HDMI, USB, WIFI, Cámara integrada Si, Garantía 12 meses.
		Proveedor: Alkomprar		
		Ubicación proveedor: Medellín		
		Precio unidad: \$ 700 000		
		Total: \$ 2 100 000		

Fuente: Elaboración propia a partir de Prieto Cardozo y Palacios Posada (2016)

5.4.3 Requerimientos de materias primas e insumos. Para el proceso productivo de la empresa se manejará un sistema de creación en taller, pues este tipo de metodología determina la cantidad de *stock*, características, detalles, acabado y calidad de cada una de las prendas confeccionadas.

Teniendo en cuenta lo anterior, las fases del proceso de producción son las siguientes:

- **Diseño.** En esta fase se diseña la prenda teniendo en cuenta las exigencias del cliente y factores como la tela, el color, la forma y talla, creando así un diseño estándar de cada una de las prendas, teniendo en cuenta las nuevas tendencias.
- **Patrón.** Se elabora una plantilla que sirva como base de confección, que sea genérico en cuanto al diseño de la prenda (escote, forma) teniendo en cuenta las múltiples opciones de diseño.

- Escalado. Al tener el patrón de confección, el paso a seguir es el escalado, es decir que se elaboran las prendas de acuerdo con el tallaje estipulado previamente.

Tabla 17. Materias primas e insumos

Materia prima	Cantidad			Precio (por unidad en pesos colombianos)
	Mínimo	Máximo	Promedio	
Tela (m)	0,5	1,6	1,05	\$ 11 000
Hilaza (g)	1000	2000	1500	\$ 3000
Tubino de hilo (g)	40	70	55	\$ 2000
Etiqueta	1	1	1	\$ 400
Total				\$ 16 400

Fuente: elaboración propia a partir de Ayala Molina y Torres Restrepo (2018).

5.4.4 Requerimientos de servicios. Para gestionar correctamente las necesidades implícitas en la producción de tela para Tejí Sport, es necesario contar con los servicios básicos de electricidad y agua en los talleres o en el lugar indicado para la producción con el fin de no retrasar el proceso de trabajo ni el funcionamiento de la empresa. Asimismo, otros servicios incluyen un proveedor de materiales e insumos, así como el arrendamiento de la o las bodegas y servicios de transporte.

5.4.5 Requerimientos de personal. Para llevar a cabo las labores previstas (diseño, confección de prendas, empaque, transporte, venta y exportaciones) se contratará al personal ideal que cumpla con las expectativas deseadas. La Tabla 3 lista el tipo de profesional y la cantidad que se requieren de estos para poner en funcionamiento la empresa.

Tabla 18. *Personal requerido, cantidad y salarios*

Función	Tipo de profesional	Cantidad requerida	Salario
Operario (transporte, almacenamiento, manejo de inventario)	Tecnólogo (a) en Logística	2	\$ 1 000 000
Gestionar procesos de exportación	profesionales en Negocios Internacionales	2	\$ 2 500 000
Vigilancia	Técnico en vigilancia	1	\$ 1 000 000

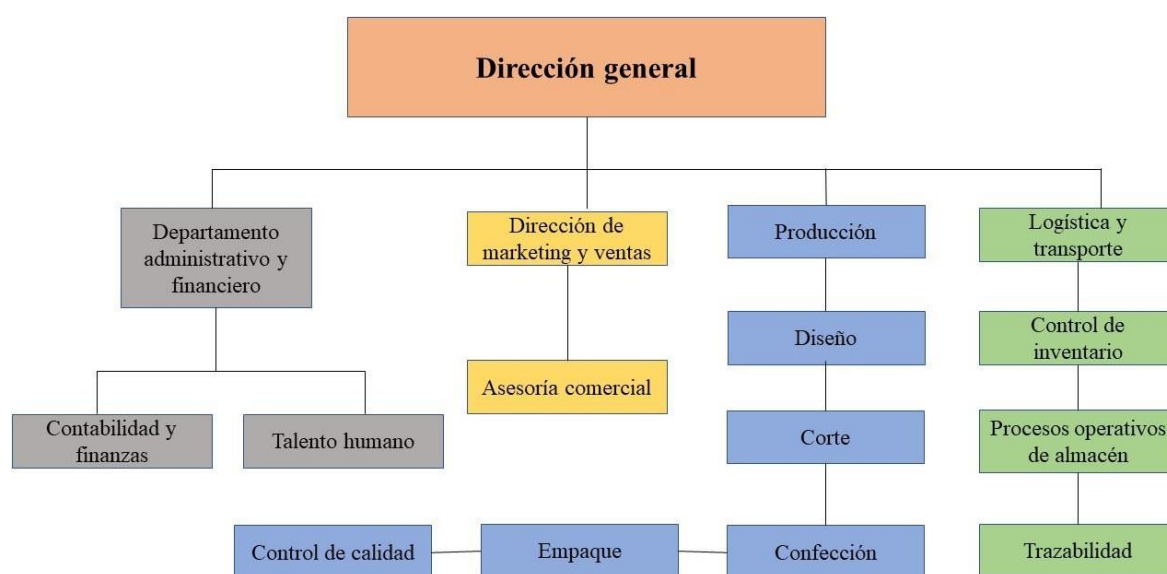
Fuente: (Talent.com, 2022)

6. Análisis Administrativo

6.1 Estructura organizacional del negocio

6.1.1 Organigrama

Figura 20. Organigrama Tejí Sport



Fuente: elaboración propia.

La Figura 39 ilustra las relaciones entre departamentos de Tejí Sport a través de las líneas de autoridad. Así, Tejí Sport está compuesto administrativamente por la dirección general (gerencia), el departamento de contabilidad y finanzas, el departamento de marketing y ventas que a su vez se encarga de la asesoría comercial en los puntos de venta; el departamento de

producción que al mismo tiempo alberga el diseño, el corte y la confección de las prendas y, por último, el departamento de logística y transporte. Se espera que conforme las ventas aumenten y se amplíe el personal, el organigrama también se amplíe para incluir otros departamentos.

6.1.2 Costo del personal y procesos administrativos tercerizados.

Tabla 19. *Personal requerido, cantidad y salarios*

Función	Tipo de profesional	Cantidad requerida	Salario
Operario (transporte, almacenamiento, manejo de inventario)	Tecnólogo (a) en Logística	2	\$ 1 000 000
Gestionar procesos de exportación	profesionales en Negocios Internacionales	2	\$ 2 500 000
Vigilancia	Técnico en vigilancia	1	\$ 1 000 000

Fuente: (Talent.com, 2022)

Tabla 20. *Costo aproximado del personal principal*

Cargo	Costo por unidad	Costo total
Dirección general y gerencia (2)	\$ 2 500 000	\$ 5 000 000
Operarios (a) (2)	\$ 1 000 000	\$ 2 000 000
Vigilante (1)	\$ 1 000 000	\$ 1 000 000
COSTO TOTAL DEL PERSONAL PRINCIPAL (SIN CONSIDERAR PAGO DE PRESTACIONES)		\$ 6 000 000 (Seis Millones de pesos)

Fuente: (Talent.com, 2022)

En la Tabla 2 no se tuvo en cuenta cargos como los de auxiliar de aseo o cafetería, así como tampoco el cargo de secretaria, este último porque en un principio se piensa que cada dependencia (ver Figura 1-organigrama) puede hacerse cargo autónomamente de cada obligación o función a su cargo. Sin embargo, no se descarta la opción de requerir este cargo más adelante conforme se expandan las operaciones de la empresa.

Por otra parte, en lo que respecta al personal de aseo y cafetería, este se contrataría inicialmente para los talleres de diseño y confección a través de la tercerización. Es decir, se pagaría en principio a una empresa del sector para que, a su vez, contrate a una persona encargada de estas funciones. De igual modo, este tipo de contratación tercerizada también se pensó para los vigilantes, en la actualidad existen numerosas empresas de seguridad privada que ofrecen este tipo de servicios.

Asimismo, la idea inicial fue contratar al personal requerido por medio de un contrato por prestación de servicios inicialmente, sin embargo, dado el tipo de funciones que se deben desempeñar y la obligatoria necesidad de cumplir con un horario laboral, se debe contratar al personal por medio de un contrato formal. En el caso de las confeccionistas, las diseñadoras y el coordinador logístico es posible elaborar un contrato a término fijo por un año. Luego de ese tiempo se puede elaborar un contrato a término indefinido según el desempeño y logros alcanzados.

Capítulo 7. Análisis legal

7.1 Tipo de Organización Empresarial

Tejí Sport, de acuerdo a los tipos de organización, se clasifica de la siguiente manera:

Conformación jurídica: Suscrita como Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS).

Figura 21. Consulta nombre de marca “Tejí Sport” en el registro Único Empresarial y Social (Confecamaras)

The screenshot shows the RUES website interface. The search results table is as follows:

NIT o Núm Id.	Razon Social ó Nombre
	ACADEMIA DE TEJIDOS LILY SPORT PUNTO DE FABRICA
	CONFECCIONES Y TEJIDOS SPORTIVO - CONTESPORT LIMITADA
C.C.	CONFECCIONES Y TEJIDOS SPORTIVO-CONTESPORT LTDA
	HUBER SPORT TEJIDOS
NIT 890936569 - 5	LINEA DEPORTIVA EN TEJIDO DE PUNTO Y PLANO LIMITADA LINEA SPORT LIMITADA 'EN LIQUIDACION'

Fuente: (Registro Único Empresarial y Social, 2022)

- **Tamaño:** Es una Microempresa, cuenta con menos de 10 empleados directos.
- **Sector:** Pertenece al sector secundario de la economía, se dedica a la transformación de hilos y fibras sintéticas en telas, categorizada en el código CIIS 1312 Tejeduría de productos textiles.
- **Capital:** El 100% de la inversión proviene de capital privado.

7.2 Certificaciones y Gestiones con Entidades Públicas

- **Registro de Industria y Comercio:** Mecanismo para identificar, ubicar y clasificar las personas o entidades que ejerzan operaciones comerciales y que den pie a obligaciones tributarias, con el municipio o ciudad en donde se encuentre ubicadas o desarrolle la actividad comercial, para el caso de Tejí Sport este trámite se realiza sin costo en la Oficina de Rentas y Recaudos de la alcaldía del municipio de Rionegro (Ant) (Alcaldía de Rionegro, 2022)
- **Licencia de Funcionamiento:** Documento que Autoriza el funcionamiento y el desarrollo de la actividad comercial a personas naturales y jurídicas, es otorgado por las alcaldías municipales una vez verificada que la actividad comercial a desarrollar es lícita y permitida en la ubicación geográfica indicada, para el caso de Tejí Sport este trámite se realiza con un costo de dos (2) salarios mínimos legales vigentes en la Secretaría de Educación de la alcaldía del municipio de Rionegro. (Alcaldía de Rionegro (Ant), 2022)
- **Certificado sanitario:** Documento que avala el cumplimiento de la normas sanitarias y condiciones de salubridad de los locales, empresas, personal, vehículos y materias primas o manipulación de alimentos para el consumo humano; para la actividad comercial que va a

desarrollar Tejí Sport, con la elaboración de telas inteligentes, y después de consultar la norma sanitaria vigente en la República de Colombia, la empresa no requiere dicho certificado para su funcionamiento. (Ministerio de Salud y Protección Social., 2014)

- **Licencia Ambiental:** Es la autorización que otorga la autoridad ambiental competente para la realización de un proyecto que genere impacto, deterioro grave en los recursos naturales o el medio ambiente, o que se generen cambios considerables o notorios después de la ejecución del mismo. El beneficiario de la licencia está sujeto al cumplimiento de unos requisitos, condiciones y obligaciones relacionados con la prevención, mitigación, corrección y compensación del impacto ambiental que se genere Para el caso de la empresa Tejí Sport, la solicitud de esta licencia se realizará ante la Corporación Autónoma Regional de las Cuencas de los Ríos negro y Nare "CORNARE". (CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DE LAS CUENCAS DE LOS RÍOS NEGRO Y NARE "CORNARE", 2022)
- **Licencia de Bomberos:** Es un documento que otorgan los bomberos de una vez hayan realizado la inspección de la de la infraestructura física de manera que cumpla con las condiciones de seguridad humana, riesgos de incendio, materiales peligrosos y sistemas de protección contra incendios. Para el caso de la empresa Tejí Sport, este trámite se realizará ante el cuerpo de bomberos del municipio de Rionegro (Ant).

7.1 Tipo de Organización Empresarial

Tejí Sport, de acuerdo a los tipos de organización, se clasifica de la siguiente manera:

Capítulo 8. Análisis Financiero

A continuación, se expone la información financiera de la empresa Tejí Sport, para los próximo cinco años de operaciones, basado en la estrategia comercial de ventas.

Proyecciones Macroeconómicas para Colombia: Para realizar el análisis financiero, la empresa Tejí Sport, basados en datos macroeconómicos históricos, proyecta para el año 2022 y los siguientes cuatro años más los porcentajes que se evidencian en la siguiente tabla:

Tabla 21. *Proyecciones Macroeconómicas para Colombia*

	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026
IPC	7,06%	5,20%	4,80%	4,20%	4,50%
Tasa de interés	6,00%	8,00%	5,80%	5,20%	5,00%
PIB	5,80%	3,60%	3,40%	3,80%	3,20%

Fuente: Elaboración propia basados en las proyecciones realizadas por medios especializados en economía, Revista Semana y el Medio de comunicación financiero Portafolio.

8.1 Tasas de Interés, Impuesto y Tasa de Rentabilidad

En la siguiente tabla se relaciona la tasa de intereses, la tasa impositiva y la rentabilidad esperada, con las que se realizan las proyecciones y el análisis financiero de la empresa Tejí Sport.

Tabla 22. *Tasas de Interés, Impuesto y Tasa de Rentabilidad*

Tasas de Interés, Impuesto y Tasa de Rentabilidad	
Tasa de rentabilidad de su industria	11%
Impuesto de Renta, entre otros.	35
% de margen de contribución sobre costo unitario del producto para definir precios de venta.	35%

Fuente: Elaboración propia basados en la ley de inversión social, publicado por la Asociación Nacional de Industriales ANDI.

8.2 Aportes de Capital de los Socios

El aporte total del capital suscrito por parte de los socios, será de \$100.000.000, los cuales van hacer pagados el cinco de junio del año 2022 y serán destinados a cubrir los costos del negocio como la materia prima, arriendo, servicios públicos y salarios de los operarios, para completar el 100% del capital necesario para empezar la producción, se utilizará un apalancamiento financiero por valor de \$ 612.003.627.

Tabla 23. *Aporte de Capital Socios*

Aportes de Capital de los Socios	
Yenifer Tatiana Pérez Castaño	\$ 50.000.000
Jesús Abel Sepúlveda Durango	\$ 50.000.000
Total Aportes	\$ 100.000.000

Fuente: Elaboración propia.

8.3 Créditos y Préstamos Bancarios

A continuación, se relaciona el plan de pagos, con el valor de la cuota mensual que debe asumir la empresa Tejí Sport durante los 60 meses a los cuales está proyectado el crédito por valor de \$ 612.003.627, para la puesta en marcha de la producción.

Tabla 24. *Plan de amortización*

Créditos y Préstamos Bancarios				
Bancolombia				
Valor préstamo	\$ 612.003.627			
Plazo (meses)	60			
Tasa E.A	26,49%			
Tasa E.M.V	1,98%			
Cuota mes	\$ 17.510.639			
Cuota	Inicial	Interes	Capital	Saldo
1	612.003.627	12.102.834	5.407.805	606.595.822
2	606.595.822	11.995.891	5.514.749	601.081.073
3	601.081.073	11.886.832	5.623.807	595.457.266
4	595.457.266	11.775.617	5.735.022	589.722.244
5	589.722.244	11.662.203	5.848.436	583.873.808
6	583.873.808	11.546.546	5.964.094	577.909.714
7	577.909.714	11.428.601	6.082.038	571.827.676
8	571.827.676	11.308.324	6.202.315	565.625.361
9	565.625.361	11.185.669	6.324.970	559.300.391
10	559.300.391	11.060.588	6.450.052	552.850.339
11	552.850.339	10.933.033	6.577.606	546.272.733
12	546.272.733	10.802.956	6.707.683	539.565.050
Año 1		137.689.095	72.438.578	
13	539.565.050	10.670.307	6.840.333	532.724.717

Cuota	Inicial	Interes	Capital	Saldo
14	532.724.717	10.535.034	6.975.606	525.749.111
15	525.749.111	10.397.086	7.113.553	518.635.558
16	518.635.558	10.256.410	7.254.229	511.381.328
17	511.381.328	10.112.952	7.397.687	503.983.641
18	503.983.641	9.966.657	7.543.982	496.439.659
19	496.439.659	9.817.469	7.693.170	488.746.489
20	488.746.489	9.665.331	7.845.308	480.901.181
21	480.901.181	9.510.184	8.000.455	472.900.726
22	472.900.726	9.351.969	8.158.670	464.742.056
23	464.742.056	9.190.625	8.320.014	456.422.041
24	456.422.041	9.026.091	8.484.549	447.937.493
Año 2		118.500.116	91.627.557	
25	447.937.493	8.858.302	8.652.337	439.285.156
26	439.285.156	8.687.196	8.823.443	430.461.712
27	430.461.712	8.512.706	8.997.934	421.463.779
28	421.463.779	8.334.765	9.175.875	412.287.904
29	412.287.904	8.153.305	9.357.335	402.930.569
30	402.930.569	7.968.256	9.542.383	393.388.187
31	393.388.187	7.779.549	9.731.091	383.657.096
32	383.657.096	7.587.109	9.923.530	373.733.565
33	373.733.565	7.390.864	10.119.776	363.613.790
34	363.613.790	7.190.737	10.319.902	353.293.888
35	353.293.888	6.986.654	10.523.986	342.769.902
36	342.769.902	6.778.534	10.732.106	332.037.796
Año 3		94.227.976	115.899.696	
37	332.037.796	6.566.298	10.944.341	321.093.455
38	321.093.455	6.349.866	11.160.774	309.932.682
39	309.932.682	6.129.153	11.381.486	298.551.195
40	298.551.195	5.904.075	11.606.564	286.944.631
41	286.944.631	5.674.547	11.836.092	275.108.539
42	275.108.539	5.440.479	12.070.160	263.038.379
43	263.038.379	5.201.783	12.308.857	250.729.522
44	250.729.522	4.958.366	12.552.274	238.177.249
45	238.177.249	4.710.135	12.800.504	225.376.744
46	225.376.744	4.456.995	13.053.644	212.323.100

Cuota	Inicial	Interes	Capital	Saldo
47	212.323.100	4.198.850	13.311.790	199.011.311
48	199.011.311	3.935.599	13.575.040	185.436.270
Año 4		63.526.146	146.601.526	
49	185.436.270	3.667.142	13.843.497	171.592.773
50	171.592.773	3.393.377	14.117.263	157.475.511
51	157.475.511	3.114.197	14.396.442	143.079.069
52	143.079.069	2.829.497	14.681.143	128.397.926
53	128.397.926	2.539.166	14.971.473	113.426.453
54	113.426.453	2.243.094	15.267.546	98.158.907
55	98.158.907	1.941.167	15.569.473	82.589.434
56	82.589.434	1.633.268	15.877.371	66.712.063
57	66.712.063	1.319.281	16.191.358	50.520.705
58	50.520.705	999.085	16.511.554	34.009.151
59	34.009.151	672.557	16.838.083	17.171.068
60	17.171.068	339.571	17.171.068	0
Año 5		24.691.402	185.436.270	

Para poner en marcha el proyecto, la empresa realizará un préstamo por un valor de \$612.003.627 a 60 meses, con un costo financiero del 1,98% mensual, y una cuota de \$17.510.639.

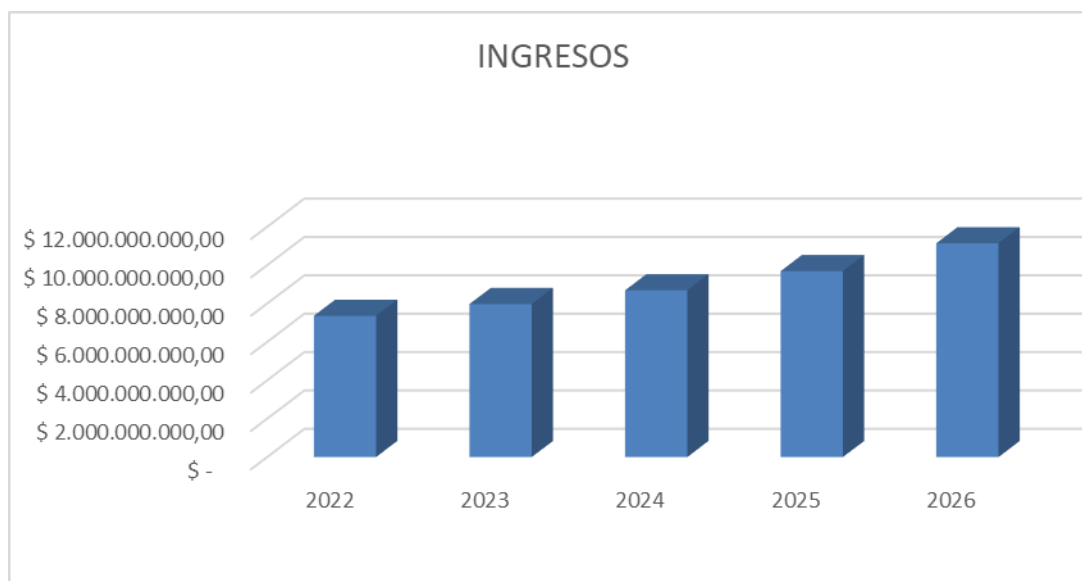
Fuente: Elaboración propia basados en la información publicada por la entidad financiera, Bancolombia, en su portal digital, para créditos de consumo.

8.4 Ingresos y Egresos

8.4.1 Ingresos.

Tabla 25. Proyección de ingresos a 5 años

Tejí Sport					
INGRESOS					
	2022	2023	2024	2025	2026
Royal	\$ 5.060.000.000,00	\$ 5.482.813.600,00	\$ 5.975.828.198,91	\$ 6.662.689.892,09	\$ 7.658.762.030,96
Vital	\$ 2.300.000.000,00	\$ 2.492.188.000,00	\$ 2.716.285.544,96	\$ 3.028.495.405,50	\$ 3.481.255.468,62
TOTAL					
INGRESOS					
OPERATIVOS	\$ 7.360.000.000,00	\$ 7.975.001.600,00	\$ 8.692.113.743,87	\$ 9.691.185.297,59	\$ 11.140.017.499,58
Ingresos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL					
INGRESOS	\$ 7.360.000.000,00	\$ 7.975.001.600,00	\$ 8.692.113.743,87	\$ 9.691.185.297,59	\$ 11.140.017.499,58
Análisis vertical					
año 1					
Royal	69%	Tejí Sport generará en el primer año de operación, ingresos totales por valor de \$7.360.000.000 los cuales están representados de la siguiente manera: El 69% de estos ingresos lo genera la referencia royal, y el 31% de los ingresos restantes los componen los ingresos por la referencia vital.			
Vital	31%				
Análisis horizontal					
ingresos					
2022		La compañía proyecta un crecimiento constante en los primeros 5 años de operaciones y se espera un crecimiento del 15% lo que equivale a \$11.140.017.500.			
2023	8%				
2024	9%				
2025	11%				
2026	15%				

Figura 22. gráfico de barras proyección de ingresos a 5 años

Fuente: Elaboración propia basados en las proyecciones realizadas por medios especializados en economía, Revista Semana y el Medio de comunicación financiero Portafolio

8.4.2 Egresos.

Tabla 26. Proyección de egresos a 5 años

Tejí Sport					
EGRESOS					
	2022	2023	2024	2025	2026
			\$		\$
Costos variables	\$ 4.817.120.000	\$ 5.219.638.547	5.688.988.445	\$ 6.342.880.777	7.291.141.453
			\$		\$
Costos fijos	\$ 2.167.376.928	\$ 2.280.080.528	2.389.524.394	\$ 2.489.884.418	2.601.929.217
			\$		\$
TOTAL COSTOS	\$ 6.984.496.928	\$ 7.499.719.075	8.078.512.839	\$ 8.832.765.195	9.893.070.670
Gastos operativos	\$ 408.392.046	\$ 450.893.202	\$ 475.315.746	\$ 498.814.783	\$ 528.085.165
Salarios administrativos	\$ 60.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

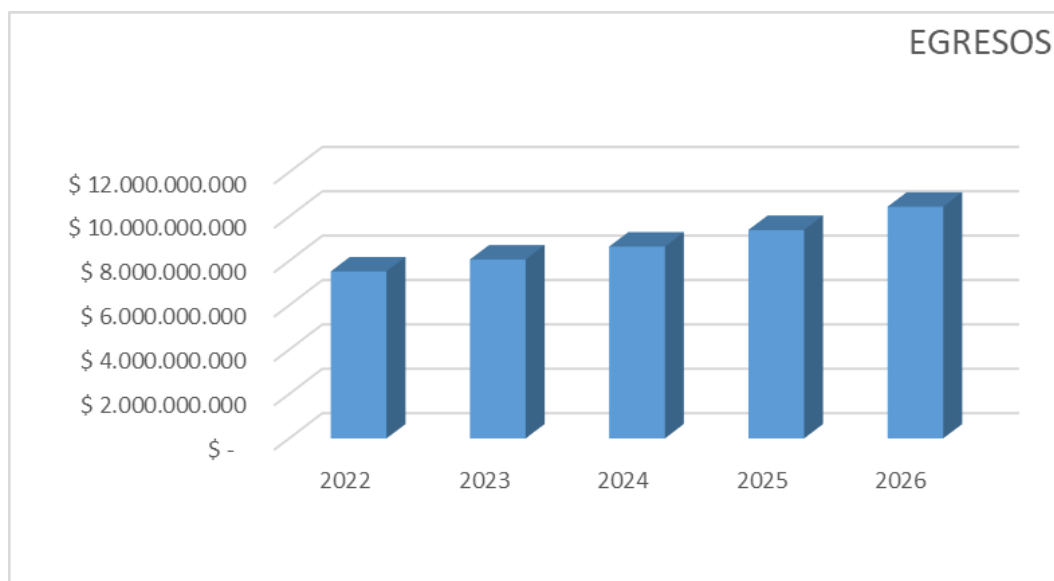
Tejí Sport						
EGRESOS						
	2022	2023	2024	2025	2026	
Publicidad	\$ 6.000.000	\$ 6.312.000	\$ 6.614.976	\$ 6.892.805	\$ 7.202.981	
Relacionamiento comercial	\$ 24.000.000	\$ 25.248.000	\$ 26.459.904	\$ 27.571.220	\$ 28.811.925	
Gasto por depreciación	\$ 4.310.000	\$ 4.310.000	\$ 4.310.000	\$ 4.310.000	\$ 4.310.000	
Gasto por amortización	\$ 666.667	\$ 666.667	\$ 666.667	\$ -	\$ -	
Gasto por impuestos	\$ 284.595	\$ 84.942.950	\$ 92.038.763	\$ 100.315.853	\$ 111.847.733	
Gasto por publicidad	\$ 156.000.000	\$ 164.112.000	\$ 171.989.376	\$ 179.212.930	\$ 187.277.512	
Gasto por salarios	\$ 116.753.856	\$ 122.825.057	\$ 128.720.659	\$ 134.126.927	\$ 140.162.639	
Gastos financieros	\$ 137.689.095	\$ 118.500.116	\$ 94.227.976	\$ 63.526.146	\$ 24.691.402	
TOTAL GASTOS	\$ 546.081.140	\$ 569.393.317	\$ 569.543.722	\$ 562.340.929	\$ 552.776.567	
TOTAL EGRESOS	\$ 7.530.578.068	\$ 8.069.112.393	\$ 8.648.056.561	\$ 9.395.106.124	\$ 10.445.847.238	

5.183.312.928

Análisis vertical año 1		
Costos variables	64%	Tejí Sport tendrá un total de gastos operativos para el año 1 de \$ 408.392.046 y gastos financieros que ascenderán a \$137.689.095 para un total de gastos para el primer año de \$ 546.081.140 , sumando el valor de los costos (fijos y variables del proyecto) se encuentra que el total de egresos es \$7.530.578.068 se obtiene que los costos variables tienen el porcentaje más alto con una participación del 64% de los egresos, seguido de los costos fijos con 29% gastos administrativos con un 5% y los gastos financieros con participación del 2%, lo que indica que la empresa debe tener pleno control sobre costos y gastos para no afectar los recursos que tiene.
Costos fijos	29%	
Gastos administrativos	5%	
Gastos financieros	2%	

Análisis horizontal egresos		
2022		Los egresos tendrán un crecimiento lento, alcanzando su máximo en el año 2026 con un 10%, en lo que se proyectó para el periodo de 5 años.
2023	7%	
2024	7%	
2025	9%	
2026	11%	

Figura 23. gráfico de barras proyección de egresos a 5 años



Fuente: Elaboración propia basados en las proyecciones realizadas por medios especializados en economía, Revista Semana y el Medio de comunicación financiero Portafolio.

9. Conclusiones

Las medidas de confinamiento y la restricción a la movilidad, impuestas por los gobiernos a nivel mundial, para contener el contagio por Covid 19, ha conllevado a que un mayor número de personas inicien estilos de vida saludables, siendo el deporte físico una de las primeras elecciones.

La investigación y desarrollo, en la mayoría de los casos, le facilitan y mejoran la calidad de vida de las personas, es el caso de la industria textil, emplear los avances tecnológicos ha permitido desarrollar telas inteligentes, con características únicas que brinden confort y protección a la de los seres humanos.

El proyecto de la empresa Tejí Sport es viable para ponerlo en marcha, siempre y cuando, la empresa tenga músculo financiero que le permita sostener el negocio los dos primeros años, a partir del tercer año la actividad comercial empezará a generar utilidades.

La empresa Tejí Sport tiene la posibilidad de internacionalizar su negocio en el mercado ecuatoriano con altas probabilidades de éxito, la calidad de la industria textil colombiana es muy pretendida en el país de Ecuador, ocupando el primer puesto como proveedores.

Para los próximos 3 años, en Colombia, se proyecta una clase media creciente que impulse el consumo local, en donde la población entre los 20 y los 34 años tendrán estabilidad laboral con salarios de profesionales.

10. Recomendaciones

La empresa Tejí Sport debe implementar estrategias comerciales que le permita llegar a nuevos clientes, aumentar producción y ventas de manera que puedan aprovechar el 100% de la capacidad de las maquinas, sin tener tiempos ociosos que se puedan convertir en costos ocultos. Se sugiere levantar capital por medio de subastas, showaround management, macrorrueda de negocio, ferias, entre otros; el capital debe ser financiero, que permita materializar y poner en marcha la operación, al tiempo que se reduce el valor del préstamo y el costo financiero, y capital humano (inversionistas ángeles) que aporten desde el conocimiento y la experiencia, de manera que faciliten el relacionamiento con otras empresas del sector y nuevos mercados y apoyen a sortear los momentos más difíciles del proyecto en etapa temprana.

Se sugiere, que la empresa se postule e inscriba a diferentes programas gubernamentales, como la nueva ley de emprendimiento, que rige desde el año 2020, ante las cámaras de comercio, en este caso la del oriente antioqueño, con el objetivo de obtener formalización con menores costos, financiación y orientación empresarial que acelere el desarrollo del proyecto empresarial y reduzca, en la medida de lo posible, el riesgo que conlleva crear empresa en tiempos de constantes cambios.

Referencias

Bomberos Rionegro. (12 de 01 de 2017). *Inspecciones técnicas de seguridad contra incendios y seguridad humana*. Obtenido de Bomberos Rionegro:

<https://bomberosrionegro.co/inspecciones-tecnicas-de-seguridad-contra-incendios-y-seguridad-humana/>

Cámara Colombia de Comercio Electrónico. (03 de 12 de 2021). *¿Qué pasó con el comercio electrónico en 2021?* Obtenido de Cámara Colombiana de Comercio Electrónico:

<https://www.ccce.org.co/noticias/que-paso-con-el-comercio-electronico-en-2021/#:~:text=Durante%202019%2C%20las%20ventas%20en,aumento%20de%2079%2C4%20%25>

Cámara de comercio de Medellín para Antioquia. (s.f.). *Crea tu Sociedad por Acciones Simplificada, S.A.S, de forma virtual, ágil y segura*. Obtenido de Cámara de comercio de Medellín para Antioquia: <https://www.camaramedellin.com.co/servicios-registrales/tramites-virtuales-y-otros-canales-de-servicio/radicador-tramite-virtual-sas>

Cámara de Comercio de Bogotá. (01 de 12 de 2020). *El sistema moda en Colombia se recuperará en 2022*. Obtenido de Cámara de Comercio de Bogotá:

<https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2020/Diciembre-2020/El-sistema-moda-en-Colombia-se-recuperara-en-2022>

Curador Urbano Primero Rionegro. (s.f.). *Tramites y Servicios*. Obtenido de Curador Urbano Primero Rionegro: <http://curaduria1rionegro.com/>

EcuRed. (19 de 01 de 2016). *Tejido inteligente*. Obtenido de EcuRed:

https://www.ecured.cu/Tejido_inteligente

Enka. (s.f.). *FILAMENTOS*. Obtenido de Enka: enka.com.co/productos/filamentos/

Gonzalez Litman, T. (16 de 04 de 2016). *Industria textil en Colombia: 150 años de historia*.

Obtenido de Fashion Network: <https://pe.fashionnetwork.com/news/Industria-textil-en-colombia-150-anos-de-historia,685234.html>

<https://www.cornare.gov.co/>: <https://www.cornare.gov.co/>

INEXMODA. (2019). *Informe Sistema Moda*. Obtenido de INEXMODA:

<https://www.inexmoda.org.co/wp-content/uploads/2019/03/Informe-Sistema-Moda-Resumen-2018.pdf>

LaRepublica. (18 de 09 de 2021). *El comercio electrónico en Colombia crecerá 74% en los*

próximos cinco años. Obtenido de LR La República: <https://www.larepublica.co/internet-economy/el-comercio-electronico-en-colombia-crecera-74-en-los-proximos-cinco-anos-3234428#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20estudio%20de%20Euromonitor,Colombia%20entre%202019%20y%202020>

LatinPyme. (s.f.). *EXPORTACIONES DE TEXTILES Y CONFECCIONES CRECEN EN*

PRIMEROS MESES DEL 2021. Obtenido de LatinPyme:

<https://www.latinpymes.com/exportaciones-de-textiles-y-confecciones-crecen-en-primeros-meses-del-2021/>

OLIVIER PERALTA, E., & TRILLO, C. (21 de 07 de 2021). *Marketing Mix: Qué es y Cómo*

Aplicarlo; ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN: CÓMO PROMOCIONAR MI NEGOCIO [2021]. Obtenido de Genwords; Evinex: <https://www.genwords.com/blog/que-es-marketing-mix;><https://www.evinex.com/es/estrategias-de-promocion/>

ONTIVEROS, D. (2013). *LA COMUNICACIÓN DE LAS MARCAS, BRANDING*. BUENOS AIRES: DIRCOM.

Portafolio. (28 de 07 de 2021). *En Colombia, una de cada tres prendas es de contrabando*.

Obtenido de Portafolio: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/en-colombia-una-de-cada-tres-prendas-es-de-contrabando-554523>

PROCOLOMBIA. (29 de 11 de 2021). *Sistema Moda*. Obtenido de PROCOLOMBIA:

<https://procolombia.co/noticias/colombia-hoy/panorama-exportador-de-la-moda-en-colombia>

Rankia. (20 de 12 de 2021). *Mejores tasas de crédito para pymes 2022*. Obtenido de Rankia:

<https://www.rankia.co/blog/mejores-creditos-y-prestamos-colombia/3927261-mejores-tasas-credito-para-pymes>

Realice su consulta empresarial o social. (11 de 3 de 2022). Obtenido de Registro Único

Empresarial y Social: <https://www.rues.org.co/>

Universidad Santo Tomás. (2015). *¿Qué es el SG-SST?* Obtenido de Universidad Santo Tomás:

<https://sst.usta.edu.co/index.php/sg-sst#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20SG%2DSST,y%20salud%20de%20los%20trabajadores>.

Valora Analitik. (s.f.). *Sector textil colombiano: Ejemplo de resiliencia y protección de empleos ante el*

Covid-19. Obtenido de Valora Analitik: <https://www.valoraanalitik.com/2020/09/15/sector-textil-colombiano-ejemplo-de-resiliencia-y-proteccion-de-empleos-ante-el-covid-19/>