

Industria Textil y de Confección en Colombia

Mundo Moda

Textile and Clothing Industry in Colombia

Mundo Moda

David Felipe Sánchez Rodríguez

felosanchez10@gmail.com

Carolina Taborda Ortiz

carolinataborda18@gmail.com

Facultad de Negocios Internacionales.

Institución Universitaria Esumer

Medellín– Colombia

Resumen

Colombia se ha desarrollado como un país con una alta capacidad de producción e innovación en el mundo textil, logrando así un posicionamiento a nivel mundial, el cual le ha otorgado grandes reconocimientos, siendo así, el tercer país en producción de ropa íntima para mujer compitiendo con las grandes productoras, como es el caso de China.

Este artículo pretende evaluar la capacidad de ventas de la empresa Mundo Moda, usando como apoyo de investigación la herramienta POWER BI y sus funciones más relevantes, lo cual permitirá extraer datos reales y de fácil entendimiento para así identificar planes de mejora que permitan un aporte a la industria textil en Colombia.

Palabras clave: Power BI, textil, ventas, producción, datos.

Abstract

Colombia has developed as a country with a high capacity for production and innovation in the textile world, thus achieving a global position, which has given it great recognition, thus being the third country in the production of competing underwear for women with the big producers, such as China.

This article aims to evaluate the sales capacity of the Mundo Moda company, using the POWER BI tool and its most relevant functions as research support, which will allow extracting real and easy-to-understand data in order to identify improvement plans that allow a contribution to the textile industry in Colombia.

Keywords: Power BI, textile, sales, production, data.

Clasificación JEL: C8

Introducción

La industria textil y de confección es uno de los sectores con mayor tradición y dinamismo en la historia económica colombiana. Las empresas de textileras han sido partícipes de la generación de empleo y a partir de la innovación, se han optimizado nuevas tecnologías con el fin de mejorar la producción y ser parte del sistema globalizado, a través de los procesos de exportación a otros países como Estados Unidos, México, Perú, y Costa Rica, pero también logrando conquistar otros países como Etiopía, Jordania, Kazajstán, Letonia, Eslovenia y Serbia (Procolombia, 2018); otorgando así un valor agregado y un reconocimiento de la labor textil en países diferentes a los ya conocidos.

“El sector textil-confección es pionero en el uso intensivo de capital y nuevas tecnologías y jalonador del desarrollo industrial-manufacturero de la economía colombiana” (Sura, 2014)

La producción textil colombiana tuvo un avance positivo a nivel de exportaciones en 1992 y 1993. En el año 1980 el gobierno colombiano realizó una apertura de aduanas que coincidió con una recesión de la economía mundial, en donde la industria textil se encontró en medio de una seria crisis que forzó a comenzar un programa de modernización de los procesos productivos y administrativos, con grandes inversiones, y una importante reducción de costos para enfrentar decisivamente la competencia internacional. En 1992 se minimizaron los controles aduaneros y se generó un cambio radical en la visión de la competencia internacional, forzando a las empresas del sector a continuar modernizando y transformando los procesos industriales para elevar sus niveles de productividad, calidad y competitividad con la finalidad de hacer frente a la globalización, y más cuando países como Estados Unidos ya estaban un paso adelante (Montserrat Van der Bruggen Becaria Generalitat de Catalunya Bogotá, 1998-99)

En el año 1998 se registró un aumento en las pérdidas del sector, en donde el crecimiento de la industria manufacturera en 1998 fue de un -1%. Esta situación ocasionó que las compañías textiles solo cumplieran un 70% de sus objetivos de ventas, en donde el común denominador

fue la fuerte desaceleración de las ventas y el aumento del contrabando que representaba el 30% de las mismas, afectando así el mercado local.

El contrabando también ha sido un factor que ha afectado negativamente el sector textil, en dónde posteriormente a la apertura económica, se disminuyeron los aranceles proteccionistas hasta los actuales 5, 15 o 20%, para así desmotivar esta actividad ilegal, pero esto no tuvo mayores beneficios, debido a que el contrabando continuó funcionando por dos ramas: una de ellas fue el contrabando abierto o introducción de productos ilegales, en menores cantidades, pero no cesó; y adicionalmente, aumentó el contrabando técnico; en dónde el producto entra legalmente pero las características declaradas en las aduanas no son las auténticas, de forma que los productos entran por un valor menor del real y se venden a precios más elevados. Los sobornos en las aduanas son una práctica usual que benefician al contrabandista como perjudican al importador legal, ya que muchas veces se ve obligado a pagar para agilizar los trámites aduaneros.

Por otro lado, los problemas internos también afectan directamente el sector textil, derivados en gran parte de la situación económica nacional y de la legislación que afecta al sector: maquinaria obsoleta o poco competitiva que no se puede renovar por falta de capital, plantilla excesiva que no se puede reducir rápidamente por problemas legislativos, y dificultad en las exportaciones por la falta de competitividad derivada de la situación de las economías vecinas, cómo Ecuador, Venezuela y otros países han sufrido fuertes devaluaciones de sus monedas que han hecho disminuir sus importaciones colombianas y a la vez aumentar sus exportaciones por precios más competitivos y también, una logística interna que dificulta las conexiones a puertos aumentando los fletes y causando que el producto final tenga un precio de venta mucho más alto. (Pulgarín, A. Montoya, M. 2020).

En el presente artículo, se busca evaluar el desempeño de la industria textil y de confecciones en Colombia y como la empresa Mundo Moda puede ser partícipe de la misma, partiendo del análisis de las ventas totales anuales de la empresa e identificar como el contrabando puede afectar la comercialización a nivel nacional e internacional de los productos que aportan mayores ingresos para la compañía y definir medidas que permitan mitigar este riesgo y lograr así que la compañía tenga reconocimiento a nivel mundial por su innovación y productividad.

1. Marco de referencia

Uno de los sectores más productivos en Colombia es la industria textil y de confección, la cual cuenta con una trayectoria de más de cien años de experiencia y una cadena de producción bastante consolidada, lo cual le ha permitido posicionarse tanto a nivel nacional como internacional, debido principalmente al valor agregado de las telas, a la calidad de las confecciones, a la innovación, a los diseños y a la ocupación de mano de obra local. (Retos y oportunidades de la industria textil y confección en el momento actual en Colombia, 2020)

Sumado, es uno de los sectores más destacados debido a su importante aporte a la generación de empleo, a la economía nacional y su capacidad de mejora constante, y esto demuestra que está más que preparada para asumir los retos que trae la competencia internacional. Y una muestra de ello es el fortalecimiento de los últimos años el que le ha permitido consolidarse como una de las ramas de mayor participación dentro de la industria manufacturera nacional, alcanzando una participación de 3,6 por ciento según las cifras que arroja el Dane para el primer trimestre del año 2019, (Revista Semana, 2019)

1.1. Marco Conceptual

Para comprender un poco más el sector textil, es importante contextualizar algunos conceptos que brindan una mejor idea de la composición de este sector industrial y su participación en el crecimiento económico del país.

- **Industria Textil:** La industria textil es aquella área de la economía que se encuentra abocada a la producción de telas, fibras, hilos y asimismo incluye a los productos derivados de éstos. (Definición abc, 2021)
- **Desarrollo económico:** Capacidad que tiene un país de generar riqueza. Esto, además, se debe reflejar en la calidad de vida de los habitantes. (Economipedia, 2021)

- **Contrabando:** El contrabando es el ingreso de mercancías a un país sin pagar los impuestos respectivos o sin seguir la regulación correspondiente. (Economipedia, 2021)
- **Ventas:** Transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero. (Gerencia.com, 2021)
- **Globalización:** proceso por el cual se hallan crecientemente integradas las economías del mundo, en particular a través del comercio y los flujos financieros, pero también a través de movimientos de personas y conocimientos. Una parte creciente del gasto en bienes y servicios se dirige hacia importaciones de otros países. (Fanjul, E. 2018)
- **Empleo:** Generación de valor a partir de la actividad producida por una persona. Es decir, el empleado contribuye con su trabajo y conocimientos en favor del empleador, a cambio de una compensación económica conocida como salario. (Economipedia, 2021)

2. Metodología

2.1 Tipo de investigación

En el análisis del sector textil y de confecciones en Colombia plasmado en el presente trabajo, se realizará una investigación mixta, en donde se revisan los datos de la empresa Mundo Moda desde el 2015-2019, con un enfoque en ventas por producto, participación por talla, ventas por color, ventas y cantidad por año, trimestre y línea; y ventas por sucursal.

Dicho análisis tiene como base la interpretación de información obtenida a partir de bases de datos que contienen la información anteriormente mencionada y debidamente estructurada a través de Power BI, lo cual generará una investigación completa y donde la información relevante será respaldada por gráficas, las cuales permitirán un mayor entendimiento para los lectores.

2.2. Alcance de la investigación.

El análisis planteado en el presente artículo tiene un alcance descriptivo en dónde se están especificando propiedades del sector textil y de confección en Colombia, realizando un

enfoque en la empresa Mundo Moda, analizando variables a evaluar para así, obtener datos que permitan identificar la capacidad de la empresa para incursionar en el mercado.

2.3. Técnicas de obtención de datos.

La obtención de datos se realiza por medio documental, a través de estudios previos del sector textil y de confecciones en Colombia y, por otro lado, a través de la base de datos de Mundo Moda en dónde se puede extraer información, como ventas, productos más vendidos, tallas más vendidas y participación de cada sucursal en el cumplimiento de las ventas; logrando así obtener información que permite el desarrollo del presente artículo.

2.4. Fuentes secundarias.

La información obtenida para el presente artículo es a través de fuentes secundarias, es decir, con base a estudios anteriores, en dónde se puede extraer información que aporten una estructura completa, organizada, elaborada, producto de análisis, extracción de datos.

Dichas fuentes secundarias son: trabajos del repositorio institucional de Esumer y otras instituciones profesionales, Google academy y claramente, la base de datos de Mundo Moda.

3. Resultados y/o Hallazgo

A través de la plataforma Power BI, se detallan los siguientes resultados y/o hallazgos, explicando paso a paso, el procedimiento desarrollado para hallar los resultados.

Link Power Bi /Archivo Mundo Moda.

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiaNWM2YTk5ODItYTY2MS00ZGE2LTiM2EtOWEzNzEwODk2MmY5IiwidCI6ImNmMTNkYjE5LWFkYjgtNGIxYy05ZGU0LTA2MTJkMDA2NWxZSJ9&pageName=ReportSection>

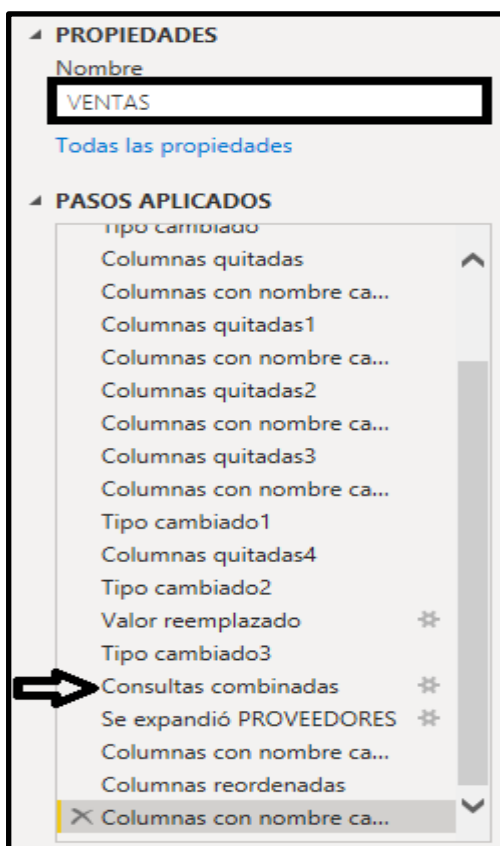
Figura N°1. Fuentes de información

Nombre	Fecha de modificación	Tipo	Tamaño
CIUDADES	31/01/2021 5:18 p. m.	Hoja de trabajo de...	6 KB
Lista_Proveedores	31/01/2021 4:52 p. m.	Adobe Acrobat D...	44 KB
Vendedores	31/01/2021 5:25 p. m.	Hoja de trabajo de...	37 KB
Ventas	31/01/2021 5:25 p. m.	Hoja de trabajo de...	65.101 KB

Fuente: (Descarga de archivos, <https://we.tl/t-nu3RT85E1O>, 2021)

Se descargan archivos ciudades, lista proveedores, vendedores y ventas de la página (<https://we.tl/t-nu3RT85E1O>) los cuales se utilizan como base del trabajo realizado en Power BI.

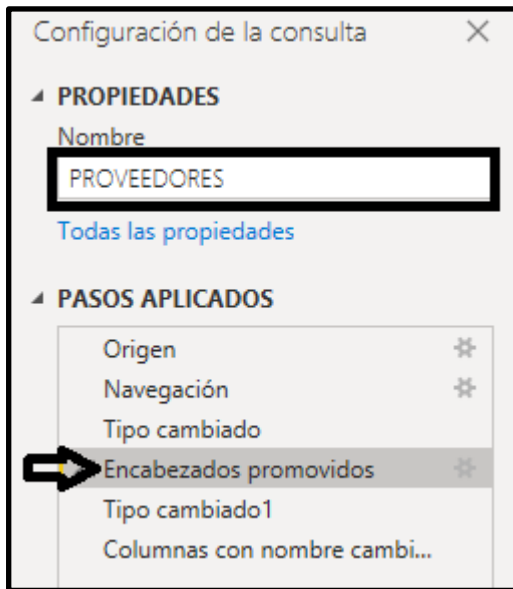
Figura N°2. Transformaciones Power Query, Combinar



Fuente: (Sánchez, F. & Taborda, C., 2021) - Power Bi.

Se combinan las casillas ventas y proveedores, mediante el ítem (Cod proveedor) para obtener la sigla del proveedor en el cuadro de ventas.

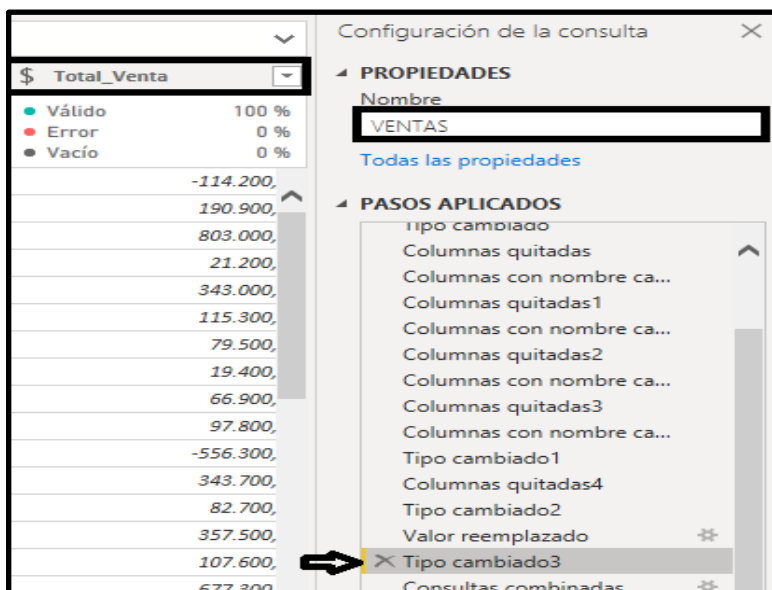
Figura N°3. Transformaciones Power Query, Promover encabezados



Fuente: (Sánchez, F. & Taborda, C., 2021) - Power Bi.

Se promueven los encabezados de la consulta “Proveedores” para mejor visualización del informe

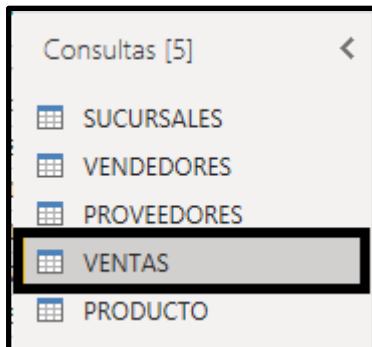
Figura No 4. Transformaciones Power Query, Cambiar formato número de ventas [Total] (moneda)



Fuente: (Sánchez, F. & Taborda, C., 2021) - Power Bi.

Se cambia el formato del total de ventas en la consulta “VENTAS” por un valor monetario.

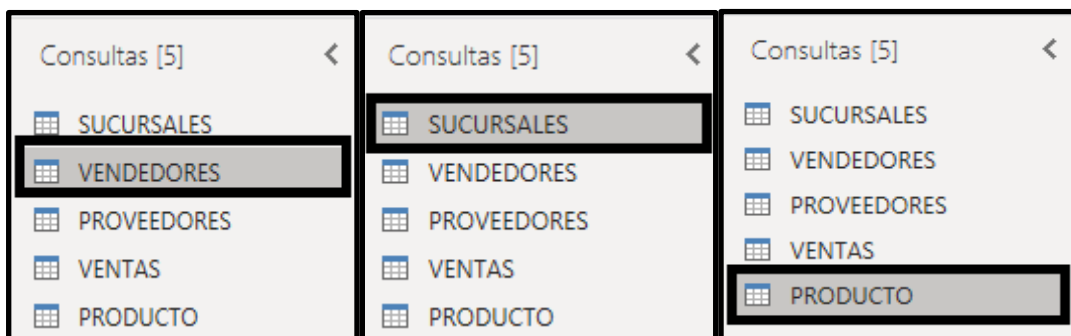
Figura No 5. Modelación de Datos, Tablas, Ventas (hechos)



Fuente: (Sánchez, F. & Taborda, C., 2021) - Power Bi.

Se establece como tabla de hechos a la consulta “VENTAS” en la modelación de datos.

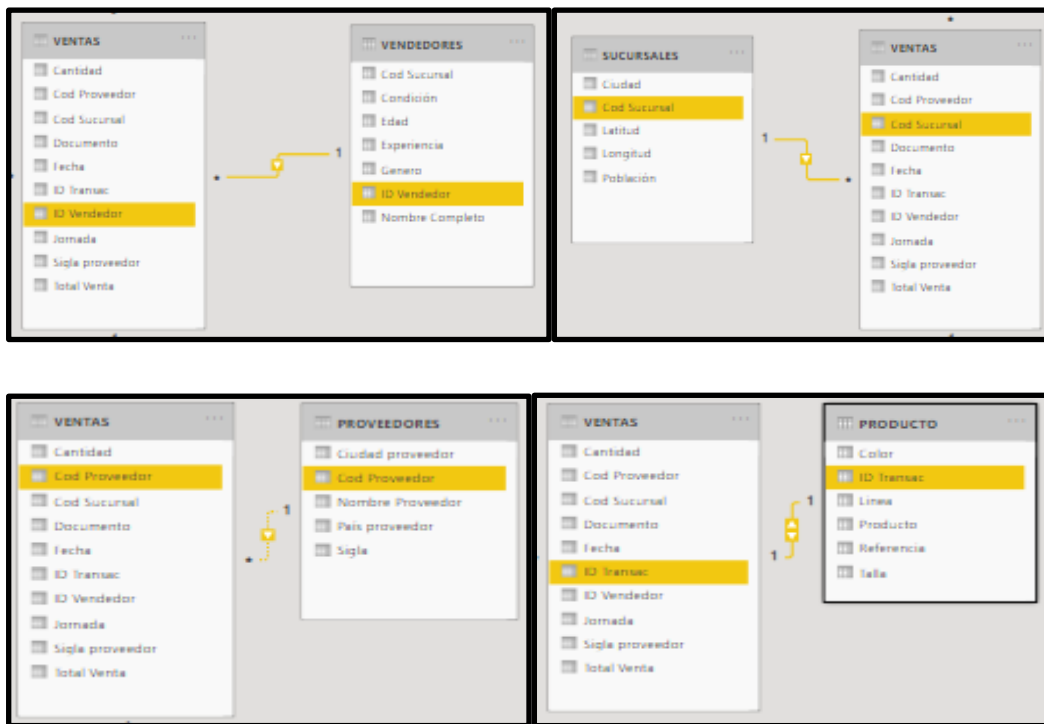
Figura No 6,7,8. Modelación de Datos, Tablas, vendedores, sucursales y producto (Dimensional)



Fuente: (Sánchez, F. & Taborda, C., 2021) - Power Bi.

Se establecen como tablas dimensionales a las consultas “VENEDORES”, “SUCURSALES” y “PRODUCTO” en la modelación de datos.

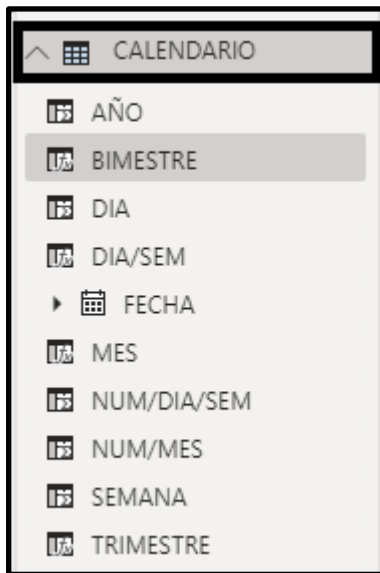
Figura No 9. Modelación de Datos, Relaciones, Ventas → Vendedores, Ventas → Sucursales, Ventas → Proveedores, Ventas → Producto



Fuente: (Sánchez, F. & Taborda, C., 2021) - Power Bi

Se establecen relaciones entre las consultas Ventas → Vendedores por medio de la columna “Id Vendedor”, entre las consultas Ventas → Sucursales por medio de la columna “Cod Sucursal”, entre las consultas Ventas → Proveedores por medio de la columna Cod proveedor y entre las consultas Ventas → Producto por medio de la columna Id transacción.

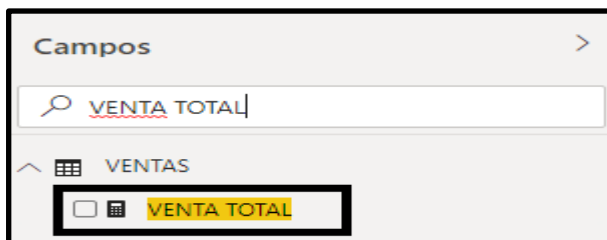
Figura No 10. Modelación de Datos, Calendario.



Fuente: (Sánchez, F. & Taborda, C., 2021) - Power Bi

Se genera la tabla calendario, donde se incluyen periodos de tiempo con base a las fechas que se encuentran registradas en los informes analizados, arrojando segmentaciones por Año, Trimestre, Bimestre, Mes, Número de mes, Semana, Numero de día de la semana, Dia, Dia de la semana. Dicho proceso realizado mediante el DAX del Power Bi

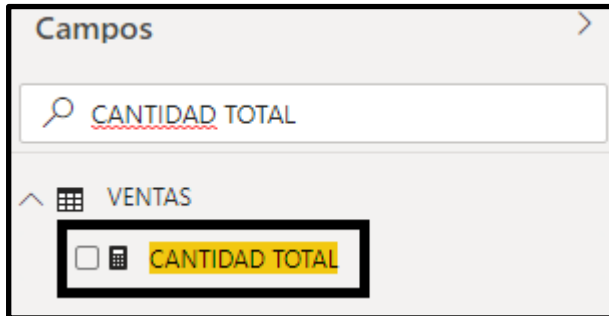
Figura No 10. Modelación de Datos, Medidas: Total Ventas = SUM (Ventas [Total])



Fuente: (Sánchez, F. & Taborda, C., 2021) - Power Bi

Se crea la medida “VENTA TOTAL” para facilitar la visualización de la información que se relacione con esta medida en la graficación de variables.

Figura No 11. Modelación de Datos, Medidas: Total Cantidad = SUM (Ventas [Cantidad])



Fuente: (Sánchez, F. & Taborda, C., 2021) - Power Bi

Se crea la medida “CANTIDAD TOTAL” para facilitar la visualización de la información que se relacione con esta medida en la graficación de variables.

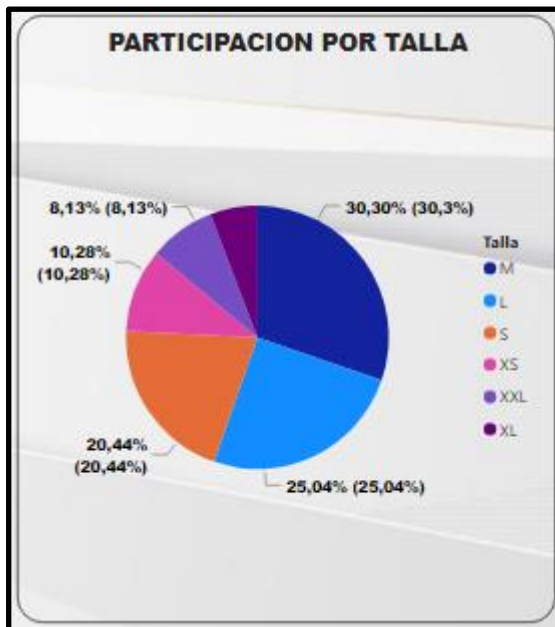
Figura No 12. Visualización, Comparación, Barras.



Fuente: (Sánchez, F. & Taborda, C., 2021) - Power Bi

Se genera comparativo por medio de un gráfico de barras agrupadas en el cual se visualiza que el producto con mayor valor en lo que se refiere a las ventas, son los bolsos con \$12.980.391.300, seguido por las Chaquetas con \$5,621.203.400 y los pantalones con \$4.702.933.400, entre los valores de ventas más bajos, se encuentran la ropa interior, Sandalia, Camisilla, Short y Medias.

Figura No 13. Proporción, Circular (Tallas)



Fuente: (Sánchez, F. & Taborda, C., 2021) - Power Bi

Se proporciona un gráfico circular donde se detalla el porcentaje de participación por tallas en las ventas de la empresa MUNDO MODA, donde el resultado generado es que la talla M es la de mayor porcentaje de participación con 30,3%, seguido de la talla L con el 25,04%, la talla S con 20,44%, la talla XS con 10,28%, la XXL con 8,13% y la XL con 5,81%.

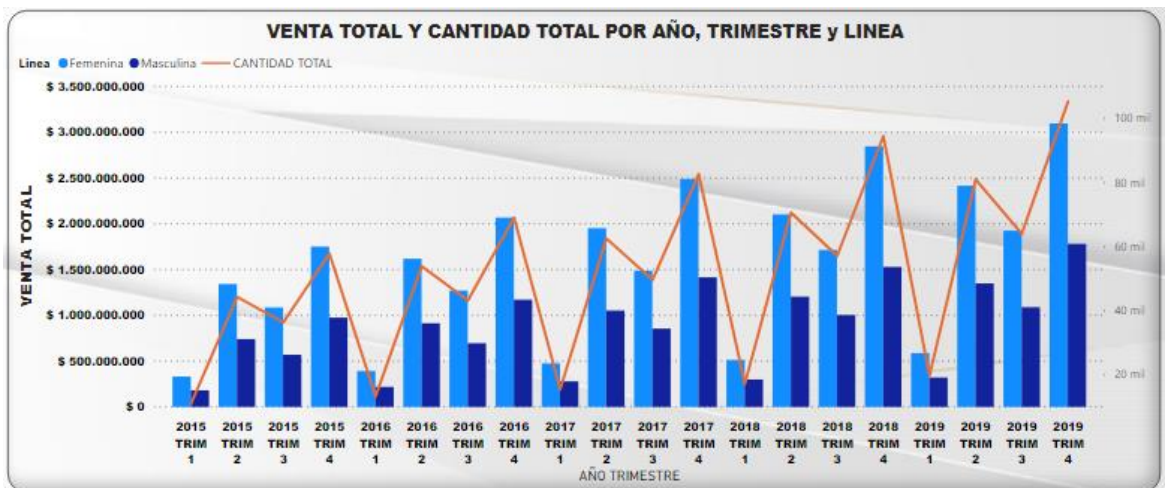
Figura No 13. Proporción, Color



Fuente: (Sánchez, F. & Taborda, C., 2021) - Power Bi

Se incluye Word Cloud para segmentar las ventas y participación por tallas mediante los colores de los productos y dar una mayor facilidad de análisis ante dichas categorías.

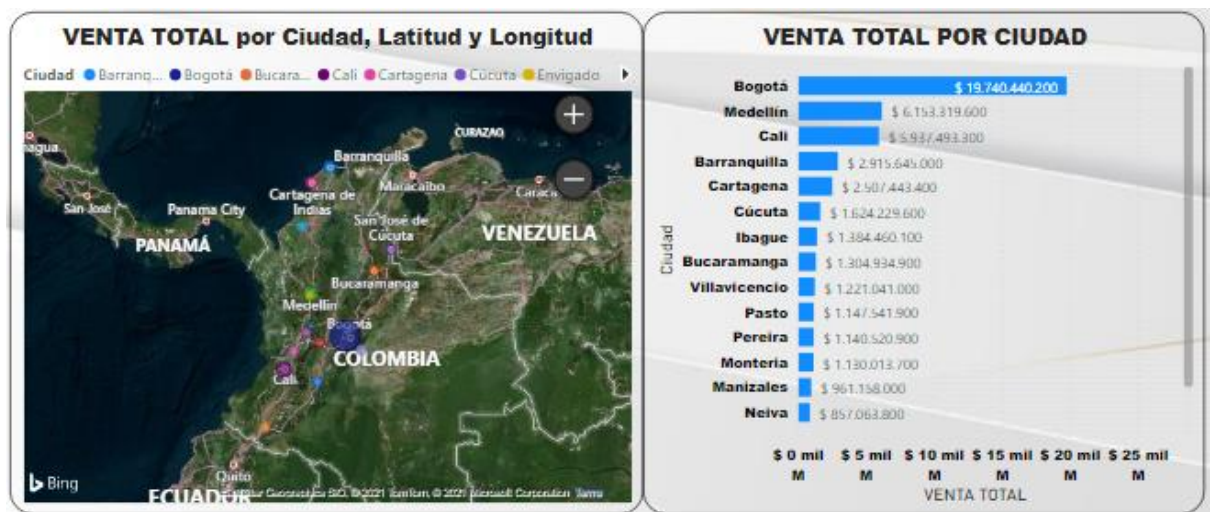
Figura No 14. Tendencia, Mixtos.



Fuente: (Sánchez, F. & Taborda, C., 2021) - Power Bi

Se ingresa un gráfico de columnas agrupadas y líneas donde se detalla que el primer trimestre de cada año es donde se generan menos ventas y cantidad de productos vendidos, siendo el periodo más bajo el primer trimestre del 2015, donde se reportaron unas ventas de \$331.551.600 en línea femenina y \$181.426.000 en masculina, adicional a lo anterior, se refleja que el trimestre 4 de cada año es el que aporta más ventas, teniendo como el periodo más alto el 4 trimestre de 2019 con unas ventas de \$3.096.842.900 en línea femenina y \$1.780.680.900 en masculina

Figura No 15. Geográficos.



Fuente: (Sánchez, F. & Taborda, C., 2021) - Power Bi

Se evidencia mediante un gráfico de mapa, que la ciudad con mayor número de ventas es Bogotá con \$19.740.440.200., seguida de Medellín con \$6.153.319.600 y Cali con \$5.937.493.300 y las ciudades con menor participación son Montería, Manizales y Neiva.

Figura No 16 tarjetas.



Fuente: (Sánchez, F. & Taborda, C., 2021) - Power Bi

Se ingresan tarjetas para exponer los totales de las medidas realizadas mediante Power Bi, donde se visualiza que las ventas totales fueron \$49.119.181.400 y una cantidad total de 1'048.991.

4. Conclusiones

1. Power Bi, de la mano con Power Query, es una herramienta muy importante que sirve para darle orden a tablas con alta cantidad de información y variedad de fuentes.
2. Es posible generar gran variedad de gráficos e indicadores mediante Power Bi que pueden ayudar a tener una fácil visualización y segmentación de datos en cualquier tipo de informe.
3. Mediante Power Bi es posible obtener datos de diferentes tipos de fuentes y editarlos mediante esta herramienta, ya sea para combinarlos o crear relaciones entre ellos.
4. Para Mundo Moda, los Bolsos son el producto que generan la mayor cantidad de ventas, con un valor total de \$12.980.391.300
5. Los productos de talla M, son los que tienen mayor participación para Mundo Modas.
6. El color Frambuesa, es el que genera mayor número de ventas para Mundo Modas.
7. Los primeros trimestres de cada año, desde el 1 trimestre del 2015 hasta el primer trimestre del 2019 son los más bajos en cuanto a las ventas y cantidad de productos vendidos para la empresa.
8. Los últimos trimestres de cada año, desde el cuarto trimestre del 2015 hasta el cuarto trimestre del 2019 son los más altos en cuanto a las ventas y cantidad de productos vendidos para la empresa.
9. La línea femenina es la que mayores ventas le aporta a la compañía.
10. La sucursal de Bogotá representa la mayor cantidad de ventas para Mundo moda, seguido de Medellín y Cali.

11. El sector textil en Colombia, juega un papel muy importante en cuanto a desarrollo económico del país, y Mundo Moda cuenta con la capacidad estructura y de producción para hacer parte de dicho desarrollo.
12. La ciudad de Bogotá cuenta con una alta capacidad de ventas, lo cual muestra que sería la principal ciudad en asumir el reto exportador a otros países.

5. Referencias bibliográficas

- Builes, E. Aristizábal, L. (2014). *Contrabando como mecanismo para el lavado de activos, enmarcado desde el punto de vista del comercio exterior y aplicado al sector textil confección de Medellín*. Obtenido de Repositorio Institucional Esumer: http://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/1238/2/Esumer_contrabando.pdf
- Definición abc (2021). *Definición de Industria Textil*. Obtenido de Definición abc: <https://www.definicionabc.com/economia/textil.php>
- De Gerencia (2021). *Definición de ventas*. Obtenido de DeGerencia.com: <https://degerencia.com/tema/gerencia/ventas/>
- Economipedia (2021) *Definición de desarrollo económico*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/desarrollo.html>
- Economipedia (2021) *Definición de Contrabando*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/contrabando.html>
- Economipedia (2021) *Definición de Empleo*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/empleo.html>
- Fanjul, E. (2018). *¿Qué es la globalización?* Obtenido de Iberglobal: [http://www.iberglobal.com/files/2018-2/que_es_la_globalizacion\(1\).pdf](http://www.iberglobal.com/files/2018-2/que_es_la_globalizacion(1).pdf)
- López, V. Prias, A. Vivas, C. (2020). *Competitividad del sector textil en Colombia*. Obtenido de Universidad Cooperativa de Colombia:

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/28501/1/2020_competitividad_sector_textil.pdf
- Pulgarín, A. Montoya, M. (2020). *Retos y oportunidades de la industria textil y confección en el momento actual en Colombia*. Obtenido de Repositorio Esumer: <http://repositorio.esumer.edu.co/jspui/bitstream/esumer/2095/1/Trabajo%20de%20Grado.pdf>

- Procolombia (2018). *ProColombia lleva 331 compradores internacionales a Colombiatex 2018*. Obtenido de ProColombia: <https://procolombia.co/noticias/procolombia-lleva-331-compradores-internacionales-colombiatex-2018>
- Revista Semana (2019). *La industria textil va con toda*. Obtenido de Revista Semana: <https://www.semana.com/hablan-las-marcas/articulo/la-industria-textil-va-con-toda/616306/>
- Sura (2014). *Análisis de Comportamiento y Oportunidades del sector Sistema Moda*. Obtenido de Sura- *Estrategias comerciales*: <https://www.sura.com/estrategiasComerciales/documentos/pdf/informeSectorial-sistemaModa.pdf>
- Sánchez, F. Taborda, C (2021) *Mundo Moda*. Obtenido de Power BI: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiNWMyYTk5ODItYTY2MS00ZGE2LTliM2EtOWEzNzEwODk2MmY5IiwidCI6ImNmMTNkYjE5LWFKYjgtNGIxYy05ZGU0LTA2MTJkMDA2NWMyZSJ9&pageName=ReportSection>
- Van der Bruggen, M. (1998-99) *El Sector Textil en Colombia*. Obtenido de Google Académico: http://www.exportapymes.com/documentos/productos/Ie1086_textilcolombia.pdf