

Planteamiento de Investigación en Gestión de la Innovación y la Tecnología. (Dimensión Estratégica en el Sector Industrial)

Yenis Michell Anbalí Artel Serrano
Cc 1.048.329.918

Código estudiantil 201912015612

Correo institucional: yenis.artel@unisimonbolivar.edu.co

Alexander De la Hoz Martinez

Cc:1.143.453.474

Código estudiantil: 201822098374

Correo institucional: Alexander.delah@unisimon.edu.co

Nombre: Willian Erique Farelo Terner

Cc:1.140.895.015

Código estudiantil: 20161477076

Correo institucional: willian.farelo@unisimon.edu.co

Angie Estheyfer Pérez Sierra

Cc. 1.143.270.481

Código estudiantil 201712083680

Correo institucional: angie.perez@unisimon.edu.co

Trabajo de investigación del programa de Comercio y Negocios Internacionales

Tutores:

Eduardo José Salazar Araujo

RESUMEN

En el trabajo presentado a continuación, se muestra el objetivo del mismo, que es el diseño de un plan estratégico a una mediana empresa del sector textil en Colombia. Álvarez Ovalle, Hugo Andrés, Martínez Roa Diana Catalina, Espitia Cubillos, Anny Astrid (2019), estudiaron “la importancia de la planeación y control de la producción, para la toma de decisiones en empresa del sector textil”. El desarrollo se dio en tres etapas, cada una corresponde a la aplicación de una técnica o herramienta de planeación y control de la producción. Para la implementación de este trabajo utilizamos un estudio de tipo descriptivo a través de una encuesta cerrada a los trabajadores de la misma, con el fin de conocer el estado actual de la empresa, diagnosticar los diferentes problemas a los que se enfrenta y diseñar el plan estratégico. Al hacer un análisis exhaustivo de la matriz DOFA y los resultados arrojados por las encuestas, nos dimos cuenta de que la empresa del sector textil se encuentra teniendo falencias en los aspectos internos de la misma. Y con capacidad de enfrentar los problemas externos. Primordialmente hay la falta de comunicación entre empleados genera disminución en la productividad y en la toma de decisiones además de que se encontraron falencias en el correcto uso de las maquinarias ya existentes. Así como también se vio evidenciado que se tiene un déficit en la organización de toma y entrega de pedidos. La empresa maneja pedidos virtuales por medio de líneas de WhatsApp y página web, son 2 personas las encargadas de ellos, pero, al final del día ambas utilizan el mismo canal por lo que a veces se ha registrado 2 veces el mismo pedido. Generando así confusiones. Aspectos positivos para rescatar es lo grande y lo avanzado que está el mercado digital. Y lo fácil que es llegar diferentes regiones a solo un clic. Podemos afirmar que la empresa ha sido resiliente y se ha sabido adaptar a los cambios. Y determinamos que hacía falta plasmar una serie de estrategias que ayudarán al buen funcionamiento de la empresa, cómo lo son: lograr que todos los empleados tengan conocimiento de la empresa, así como el uso de sus maquinarias y generar programas y el buen uso de dichos programas para la planeación y toma de pedidos. Es importante destacar que teniendo en cuenta los resultados de esta empresa, concluimos que es primordial para una organización fortalecer los procesos de adopción de tecnología y la innovación porque esto ayuda a mejorar la productividad de la empresa. Cabe resaltar que, aunque una empresa cuente con las maquinarias esenciales para la fabricación de productos, no se debe dejar de lado el conocimiento de los empleados, en la utilización de estas, puesto que si una o dos personas son las que tienen todo el conocimiento, se estaría desaprovechar la labor de los demás empleados que tienen la misma capacidad de aprendizaje.

Además, es importante llevar una organización y control del número de clientes que se interesan mes a mes en los productos, para de esta manera determinar si los empleados que tiene la empresa a disposición de la atención al cliente son suficientes para la misma. Así como manejar bases de datos en computadores y respaldos para tener una mejor organización de la información y mejor distribución. Disminuyendo tiempos de toma de pedidos y entregas. También concluimos que el conocimiento que tengan los empleados frente a los objetivos de la empresa genera un impacto positivo en su trabajo. Saber paray por qué el trabajo que estás realizando es importante tanto para ti como persona como para un país, hace que las personas se sientan parte de ese objetivo y se logra que haya un compromiso con el trabajo además de una fuente de ingresos. El uso de las tecnologías en un mundo cada vez más avanzado es esencial para el funcionamiento de una empresa y se debe tener en cuenta tanto en las pequeñas como en las grandes empresas. El hecho de estar en una mediana o pequeña empresa no significa que se deban dejar de lado las herramientas tecnológicas básicas como lo son el uso de Excel, computadores, celulares, programas para la programación de pedidos y nuevas máquinas industriales.

Palabras clave: Sector textil, Comercializadora, Fabricadora, Confecciones, Análisis, Encuesta, Matriz, Diagnostico, Plan, Estrategias.

ABSTRACT

In the work presented below, its objective is shown, which is the design of a strategic plan for a medium-sized company in the textile sector in Colombia. Álvarez Ovalle, Hugo Andrés, Martínez Roa Diana Catalina, Espitia Cubillos, Anny Astrid (2019), studied "the importance of planning and control of production, for decision-making in companies in the textile sector". The development took place in three stages, each one corresponds to the application of a production planning and control technique or tool. For the implementation of this work we used a descriptive study through a closed survey of the company's workers, in order to know the current state of the company, diagnose the different problems it faces and design the plan. strategic. By making an exhaustive analysis of the SWOT matrix and the results from the surveys, we realized that the company in the textile sector is having shortcomings in its internal aspects. And with the ability to face external problems. Primarily, there is a lack of communication between employees, which generates a decrease in productivity and decision-making, in addition to the fact that flaws were found in the correct use of existing machinery. Just as it was also evidenced that there is a deficit in the organization of taking and delivering orders. The company handles virtual orders through WhatsApp lines and the website, 2 people are in charge of them, but, at the end of the day, both use the same channel, so sometimes the same order has been registered 2 times. Thus, creating confusion. Positive aspects to rescue is how big and how advanced the digital market is. And how easy it is to reach different regions with just one click. We can affirm that the company has been resilient and has known how to adapt to changes. And we determined that it was necessary to capture a series of strategies that will help the proper functioning of the company, how they are: ensure that all employees are aware of the company, as well as the use of its machinery and generate programs and the proper use of said programs for planning and taking orders. It is important to highlight that taking into account the results of this company, we conclude that it is essential for an organization to strengthen the processes of technology adoption and innovation because this helps to improve the productivity of the company. It should be noted that, although a company has the essential machinery for the manufacture of products, the knowledge of the employees should not be neglected in their use, since if one or two people are the ones who have all the knowledge, it would be wasting the work of other employees who have the same learning capacity. In addition, it is important to organize and control the number of customers who are interested month by month in the products, in order to determine if the employees that the company has available for customer service are sufficient for it. As well as managing databases in computers and backups to have a better organization of the information and better distribution. Decreasing times for taking orders and deliveries. We also conclude that the knowledge that employees have regarding the objectives of the company generates a positive impact on their work. Knowing for and why the work you are doing is important both for you as a person and for a country, makes people feel part of that objective and achieves a commitment to the work as well as a source of income. The use of technologies in an increasingly advanced world is essential for the operation of a company and must be taken into account in both small and large companies. The fact of being in a medium or small company does not mean that basic technological tools such as the use of Excel,

computers, cell phones, order scheduling programs and new industrial machines should be set aside.

KeyWords: Textile sector, Marketer, Manufacturer, Clothing, Analysis, Survey, Matrix, Diagnosis, Plan. Strategies.

REFERENCIAS

1. Badea, L. C. (2016). *Time optimization of the textile manufacturing process using the stochastic processes/Optimizarea Time optimization of the textile manufacturing process using the stochastic processes/Optimizarea timpilo* .
2. Balcázar Nava, P., González-Arratia López-Fuentes, N. I., Gurrola Peña, G. M., & Moysén Chimal, A. (2013). Investigación cualitativa.
3. Bogotá, C. d. (2020). *El sistema moda en Colombia se recuperará*. Recuperado de: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2020/Diciembre-2020/El-sistema-moda-en-Colombia-se-recuperara-en2022>.
4. Caicedo Manrique, C. E. (2021). *La realidad del sector textil colombiano* (Doctoral dissertation, Universidad del Rosario).
5. Cubillos, A. A. E., Roa, D. C. M., & Ovalle, H. A. Á. (2019). Importancia de la planeación y control de la producción, para la toma de decisiones en empresa del sector textil. *Semilleros*, 5(9), 56-69.
6. De la Hoz Granadillo, E. J., Morelos Gómez, J., & Fontalvo Herrera, T. J. (2012). Gestión logística de las pequeñas y medianas empresas (pymes) de confecciones en el departamento del atlántico. *Desarrollo Gerencial*, 4(2). Recuperado a partir de <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/2403>
7. González-Mendoza, J. A., Sánchez-Molina, J., & Cárdenas-García, M. (2022). Pensamiento estratégico y restructuración industrial. *Desarrollo Gerencial*, 14(1), 1-20. <https://doi.org/10.17081/dege.14.1.4995>
8. Hoyos Zavala, A., & Lasso de la Vega, M. D. C. (2017). Pymes como modelo económico en la creación de estrategias de comunicación. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 7(13), 105-120.
9. Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, 13(2), 158-184.
10. Lago, A. B. (2013). Capacitación en planificación estratégica. impulso del desarrollo local con microempresas. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 6(11), 97-109.
11. Logreira, C. (2017). *Financiamiento privado en las microempresas del sector textil-confecciones en Barranquilla-Colombia* (Doctoral dissertation, Universidad de la Costa).
12. Lopera, J. K., Velez, V. M., & Ocampo, L. J. (2014). Alternativas de Financiación para las MIPYMES en Colombia. *Adversia*, (14).

13. MUÑOZ, J. L. (2017). *PLAN ESTRATÉGICO DE GESTIÓN APLICADO EN LA INDUSTRIA DE LA BOGOTÁ*.
14. MUÑOZ, L., & RESTREPO, J. (2015). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN*.
15. Páramo Renza, L. A. (2017). Introducción al comercio exterior.
16. Portes, A., Castells, M., & Benton, L. A. (Eds.). (1989). *The informal economy: Studies in advanced and less developed countries*. JHU Press.
17. Quintero, J. S. (2003). Estrategia integral para pymes innovadoras. *Revista escuela de administración de negocios*, (47).
18. Rebolledo Noriega, J. E., Duque Gallego, C. A., López, L. Á., & Velasco Bonilla, A. (2013). Perfil del sector manufacturero Colombiano.
19. RIOS, G. E. (2017). *Mejora de procesos en una empresa textil exportadora mediante la metodología Six Sigma*. Recuperado de <https://docplayer.es/73934541-Mejora-de-procesos-en-una-empresa-textil-exportadora-mediante-la-metodologia-six-sigma.html>.
20. Salazar-Araujo, E. J., Morales Trujillo, K. A., & Martínez Solano, J. M. (2020). Análisis de las exportaciones del sector manufacturero en los departamentos con mayor índice de desarrollo industrial en Colombia.
21. Salazar-Araujo, E. J., Pozzo, D., & Cazallo-Antunéz, A. M. (2020, June). Innovation capacity vs. internationalization capacity: The case of Colombian manufacturing SMEs of the Atlantic region. In 2020 15th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI) (pp. 1-6). IEEE.
22. Salazar, N., & Guerra, M. F. (2007). El acceso al financiamiento de las mipymes en Colombia: el papel del Gobierno.
23. Sectorial. (2011). *Artículos Especializados Sectorial*. Obtenido de <https://www.sectorial.co/articulos-especiales/item/50352-historia-del-negocio-textil-en-colombia>.
24. UTRERAS, A. P. (2010). *PROYECTO PARA LA CREACIÓN E INSTALACIÓN DE UNA MICROEMPRESA MANUFACTURERA TEXTIL*.
25. Velazquez, L. (2022). *Importancia de la Industria Textil en Colombia*. Recuperado de <https://mintex.com.co/industria-textil-en-colombia/>.
26. Wagner Tizón, A. Allan Wagner Tizón Secretario General de la Comunidad Andina de Naciones (CAN): "Es todo un desafío que el TLC no disuelva la Comunidad Andina".
27. Zambrano Aya, C. L. (2008). Alternativas de financiamiento en el sector financiero para las pymes de familia de los sectores más representativos de la industria (alimentos, productos químicos, confecciones, edición e impresión) en Bogotá DC.