

ANÁLISIS ESTRATÉGICO EN EMPRESA DE CONFECCIÓN GRUPO EMPRESARIAL AMERICAN LITTLE. S.A.S DE LA CIUDAD DE CÚCUTA-COLOMBIA

Erika Johana Leal Miranda
Estudiante de Administración de Empresas- Proceso de Grado
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales – Universidad de Pamplona Colombia

Yeison Stiven Ferrer Arenas
Estudiante de Administración de Empresas- Proceso de Grado
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales – Universidad de Pamplona Colombia

Carlos Julio Fonce Agudelo
Estudiante de Administración de Empresas- Proceso de Grado
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales – Universidad de Pamplona Colombia

Artículo Recibido: 13 de Agosto 2022. Aceptado: 03 de Enero 2023.

RESUMEN. Hoy día, las empresas se enfrentan a diversas acciones que pueden afectar su rendimiento, por ello, surge la necesidad de generar estrategias que plantee los cambios económicos, culturales y sociales que afecten su crecimiento. Este trabajo, se desarrolló con el propósito de identificar el análisis estratégico para la empresa de confección American Little SAS en la ciudad de Cúcuta, mediante un abordaje metodológico positivista, enfoque cualitativo, diseño descriptivo a partir de un análisis documental sobre la empresa en su dinámica laboral. Esta información permitió consolidar el desarrollo de las matrices DOFA, PORTER, MEFE, MEFI, IE. Posteriormente, se implementó la herramienta de gestión Balanced Scorecard, la cual enlazó estrategias y objetivos clave con desempeño y resultados a través de la necesidad de impulsar una propuesta sobre el posicionamiento en redes sociales de la marca empresarial. El estudio identificó las fortalezas y oportunidades de la empresa para expandirse en el mercado nacional.

Palabras Claves: análisis, industria textil, marketing, plan estratégica, posicionamiento

Abstract. Today, companies face various actions that can affect their performance, therefore, the need arises to generate strategies that address the economic, cultural and social changes that affect their growth. This work was developed with the purpose of identifying the strategic analysis for the American Little SAS clothing company in the city of Cúcuta, through a positivist methodological approach, qualitative approach, descriptive design based on a documentary analysis of the company in its dynamics labor. This information made it possible to consolidate the development of the SWOT, PORTER, MEFE, MEFI, and IE matrices. Subsequently, the Balanced Scorecard management tool was implemented, which linked key strategies and objectives with performance and results through the need to promote a proposal on the positioning of the business brand in social networks. The study identified the strengths and opportunities of the company to expand in the national market.

Keywords: analysis, textile industry, Marketing, Strategic Plan, positioning

INTRODUCCIÓN.

El sector textil y de confecciones ha sido un componente importante de la economía mundial durante siglos. Este sector ha experimentado una serie de cambios significativos a lo largo de los años, incluyendo avances tecnológicos, cambios en los patrones de consumo y la competencia global. En este análisis, se examinará el estado actual del sector textil y de confecciones en el contexto mundial, así como las tendencias y desafíos que enfrenta. Según un informe de la Organización Mundial del Comercio (OMC) publicado en 2021, el sector textil y de confecciones sigue siendo uno de los mayores empleadores en todo el mundo, con más de 60 millones de personas empleadas en la industria.

El informe señala que la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en la industria, con una disminución en la demanda de prendas de vestir y una interrupción en la cadena de suministro.

En cuanto a la producción mundial de textiles y confecciones, China sigue siendo el líder indiscutible. Un informe de la Oficina del Representante Comercial de los Estados Unidos (USTR, por sus siglas en inglés) de 2020 señala que China representa más del 40% de la producción mundial de textiles y confecciones. Sin embargo, otros países como India, Bangladesh y Vietnam también han experimentado un crecimiento significativo en la

producción en los últimos años. En cuanto al comercio mundial de textiles y confecciones, la OMC informa que la industria sigue siendo muy dependiente de las importaciones y las exportaciones. China es el mayor exportador de prendas de vestir del mundo, seguido de Bangladesh y Vietnam. Por otro lado, los mayores importadores de prendas de vestir son Estados Unidos, Alemania y Japón.

Uno de los mayores desafíos que enfrenta la industria textil y de confecciones es la sostenibilidad ambiental. Un informe de la OMC de 2020 señala que la industria textil es responsable del 10% de las emisiones mundiales de carbono y del 20% del consumo de agua en todo el mundo. Muchas empresas están tomando medidas para abordar estos problemas, como la implementación de prácticas sostenibles en la cadena de suministro y la reducción de residuos. Otro desafío importante es la competencia global. La USTR informa que la competencia de países como China, India y Vietnam ha llevado a la reducción de los precios y ha afectado a la industria textil y de confecciones en los Estados Unidos y otros países desarrollados. Las empresas están respondiendo a este desafío mediante la adopción de nuevas tecnologías y la automatización para mejorar la eficiencia y reducir los costos. Romo, Cruz, & Torres (2020), plantean una evaluación que permite analizar

algunos sectores en la balance comercial de México.

En resumen, el sector textil y de confecciones sigue siendo una parte importante de la economía mundial, pero enfrenta una serie de desafíos. La pandemia de COVID-19 ha afectado significativamente a la industria, mientras que la sostenibilidad ambiental y la competencia global son desafíos a largo plazo que deben abordarse. A pesar de estos desafíos, la industria textil y de confecciones sigue siendo un empleador importante y una fuente de innovación y crecimiento económico.

El sector textil y de confecciones es una industria importante en Colombia, que ha enfrentado varios desafíos en los últimos años. En este análisis, se examinará el estado actual del sector textil y de confecciones en Colombia, así como las tendencias y desafíos que enfrenta.

Según un informe de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) publicado en 2021, el sector textil y de confecciones es uno de los principales generadores de empleo en Colombia, con más de 450.000 trabajadores en el sector. El informe también destaca que la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en la industria, con una disminución en las ventas y una interrupción en la cadena de suministro. En cuanto a la producción de textiles y confecciones en Colombia, el informe de la

ANDI señala que la producción de telas y textiles ha disminuido en los últimos años, mientras que la producción de prendas de vestir ha aumentado. Colombia se ha enfocado en producir prendas de vestir de alta calidad, como ropa deportiva y ropa interior, que se exportan principalmente a Estados Unidos, México y algunos países de Europa.

En cuanto al comercio internacional, un informe de la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) de 2021 indica que las exportaciones de productos textiles y confecciones colombianos disminuyeron en 2020 debido a la pandemia. Sin embargo, las exportaciones han mostrado una recuperación en el primer trimestre de 2021, y se espera que continúen creciendo. Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones de textiles y confecciones de Colombia, seguido de países como México, Brasil y Perú. Uno de los principales desafíos que enfrenta la industria textil y de confecciones en Colombia es la competencia global, especialmente de países como China, India y Vietnam, que pueden producir prendas a un costo mucho más bajo. El gobierno colombiano ha implementado políticas para apoyar a la industria, como la reducción de aranceles a la importación de maquinaria y la promoción de la innovación y el desarrollo tecnológico en la industria textil y de confecciones.

Referenciar la industria textil en Colombia, el cual tiene un amplio antecedente histórico, permite mostrarle al mundo lo que representa cada indumentaria hecha de algodón y las materias prima de primera que caracteriza la calidad de exportación que desde hace más de un siglo es sinónimo de esta nación. La industria textil es tradición y representación por excelencia de Colombia, en 1907 se crean las primeras fábricas de tejidos e hilanderías siendo pioneras, Fábrica de Tejidos Hernández, Fábrica de Hilados y Tejidos El Hato (Fabricato-Tejicondor), Compañía de Tejidos de Bello, Tejidos Medida, y Compañía Colombiana de Tejidos (Coltejer) (Morales, 2019). Por otra parte, Galviz (2019), reseña que casi 50 años después, se funda Leonisa la más representativa industria textil para producto terminado, con ello se abre un abanico de oportunidades que lleva al país a invertir en infraestructura y tecnología de vanguardia para cubrir la demanda de una industria creciente y sostenible en décadas siguientes. Es así que en 1987 se crea el Instituto para la Exportación y la Moda – Inexmoda, en respuesta a las demandas de tener un organismo que diera soluciones al sector y a su vez, fuera la plataforma para la internacionalización de la industria. Luego se une a este ímpetu internacional en 1989 Colombia moda y Colombia tex de las Américas, principales ferias de la moda lo cual atrae el intercambio comercial

de las más prestigiosas compañías tanto nacional como internacional.

Otro desafío importante es la sostenibilidad ambiental. Colombia ha estado trabajando en la implementación de prácticas sostenibles en la cadena de suministro, como el uso de materiales orgánicos y reciclados, y la reducción de residuos. Además, el gobierno colombiano ha implementado políticas para apoyar la producción sostenible, como el Programa de Transformación Productiva, que tiene como objetivo mejorar la competitividad y la sostenibilidad de la industria.

En resumen, el sector textil y de confecciones es una industria importante en Colombia, que ha enfrentado desafíos significativos debido a la pandemia de COVID-19 y la competencia global. Sin embargo, la industria sigue siendo un generador de empleo clave en el país y ha mostrado una recuperación en las exportaciones en el primer trimestre de 2021. Para abordar los desafíos a largo plazo, el gobierno colombiano ha implementado políticas para apoyar la innovación, el desarrollo tecnológico y la sostenibilidad ambiental en la industria textil y de confecciones. El sector textil y de confecciones es una industria importante en Colombia, que ha enfrentado desafíos significativos debido a la pandemia de COVID-19 y la competencia global. Sin embargo, la industria sigue siendo un generador de empleo clave en el país y ha

mostrado una recuperación en las exportaciones en el primer trimestre de 2021. Para abordar los desafíos a largo plazo, el gobierno colombiano ha implementado políticas para apoyar la innovación, el desarrollo tecnológico y la sostenibilidad ambiental en la industria textil y de confecciones.

Basados en la producción textil y las confecciones Caicedo (2021) hace referencia a que el sector textil y las confecciones se ha ido recuperando ampliamente desde la pandemia arrojando un crecimiento del 52% en comparación el período 2020. Esto permite arrojar que la confección de prendas de vestir también ha proyectado una tasa de crecimiento del 60%. El autor también hace referencia sobre las exportaciones del sector textil indicando que desde el 2021 y el 2022 la industria toma un nuevo repunte. Por su parte, Sarmiento (2022) explica que esta industria está proyectando un avance de entre el 4 % y el 5% en el PIB nacional para 2022, la misma cifra que proyecta crecer el sistema moda, representando el 8,5 % del PIB industrial del país y es vital para el buen funcionamiento de la economía y los empleos. Entre enero y marzo de 2022 el sector creció un 25.9%, alcanzando una participación del 8,4% en el PIB industrial y del 1,7% en el PIB nacional.

El sector textil y de confecciones en el departamento de Norte de Santander, Colombia, ha sido una industria importante en la región durante varias décadas. Según el informe de 2020 de la Cámara de Comercio de Cúcuta, el sector textil y de confecciones es uno de los principales generadores de empleo en el departamento, con más de 10.000 trabajadores directos y cerca de 50.000 indirectos. En términos de producción, el informe de la Cámara de Comercio de Cúcuta también destaca que la región se enfoca principalmente en la producción de prendas de vestir para el mercado nacional, especialmente en la fabricación de ropa deportiva y ropa de trabajo. Además, el informe indica que la producción de telas y textiles ha disminuido en los últimos años, mientras que la producción de prendas de vestir ha aumentado.

Sin embargo, el sector textil y de confecciones en Norte de Santander también enfrenta desafíos significativos. Según el informe de la Cámara de Comercio de Cúcuta, uno de los principales desafíos es la competencia global, especialmente de países como China, India y Vietnam, que pueden producir prendas a un costo mucho más bajo. Además, el informe destaca que la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto negativo en la industria, con una disminución en la demanda y una interrupción en la cadena de suministro. Para abordar estos desafíos, el gobierno y las organizaciones

locales han implementado políticas para apoyar a la industria textil y de confecciones en Norte de Santander. Por ejemplo, la Cámara de Comercio de Cúcuta ha lanzado programas de capacitación y asesoramiento para ayudar a las empresas a mejorar su competitividad. Además, el gobierno ha implementado políticas para apoyar la innovación y el desarrollo tecnológico en la industria, así como la sostenibilidad ambiental. En resumen, el sector textil y de confecciones en Norte de Santander es una industria importante que enfrenta desafíos significativos debido a la competencia global y la pandemia de COVID-19. Esper & Mogollón (2020), hace una reflexión y una de ellas relacionada con cambio económico en la pandemia donde la necesidad de sector empresarial busca otras alternativas para comercializar sus productos. Así mismo, Mogollón (2020), presenta un análisis de los retos y oportunidad Empresarial en la Sociedad de la Información en los Negocios Digitales que las empresas de confecciones pueden tomar como estrategia en el sector. Sin embargo, la industria sigue siendo un generador de empleo clave en la región y se han implementado políticas para apoyar la innovación, el desarrollo tecnológico y la sostenibilidad ambiental en la industria. El propósito de esta investigación, va dirigido a la empresa textil American Little SAS, que es una empresa fabricante que, tomado su lugar en Cúcuta, Norte de Santander, está

dedicada a la producción de Jeans. Esta empresa ofrece servicios desde el diseño hasta la comercialización de estas piezas textiles. En esta investigación se quieren identificar todas las perspectivas y condiciones de la empresa frente a la organización, desempeños y análisis estratégicos. Díaz-Ortega, N. I., & García-Mogollón (2022), en su trabajo de rentabilidad en el sector manufacturero hacen una reflexión orientadora especialmente en la revisión de las estrategias focalizadas en la ventas y contos. Por otra lado se hace necesario plantear estrategias de marketing con fines de generación de riqueza como lo esboza Paz (2021).

La importancia de este proyecto de investigación, está justificado desde cierto punto por Canastero (2021) la calidad y tradición de la industria textil en Colombia es bien conocida tanto nacional como internacionalmente, un gigante en la producción para consumo local y desde hace décadas, exportador de todo tipo de prendas de vestir que van desde jeans, ropa casual, ropa interior, vestidos de alta costura de prestigiosos diseñadores que dejan el nombre del país muy en alto. Colombia es referente de buen estilo y calidad de sus productos, gracias a la inversión de maquinaria de alta tecnología y a la madurez de adaptarse a los cambios que exigen los nuevos tiempos, principalmente en referencia a la tecnología digital. Gracias a estas nuevas herramientas Colombia es conocida en todo el

globo terráqueo (González, 2018). García, Malagón-Sáenz, & García-Mogollón (2017), definen los posibles modelos de negocios donde la industria se vería beneficia en una prospectiva de innovación, planeación estratégica y oportunidades de negocios.

La necesidad y motivación por ser cada día mejores en la industria textil y estar a la par de grandes urbes internacionales, requiere de un trabajo titánico por parte de cada uno de los que enaltecen el nombre de Colombia en el mundo. Guiados por la tradición familiar y en pro de seguir elevando el nombre de Colombia en la industria textil, nace Grupo Empresarial American Little, S.A.S. una empresa que creyó en su país, mientras muchas decidían cerrar sus puertas debido a la pandemia, American Little y sus marcas American Courtney y Cherieth trabajaban por abrirse paso ante la dura competencia del ramo con su producto estrella, la confección de jeans. Casi dos años después, la empresa se ha establecido como una marca competidora y con una visión y misión de estar entre los primeros del gusto del mercado colombiano e internacional. EL objetivo planteado esta focalizado en identificar el Análisis estratégico para la empresa de confección Grupo empresarial American Little SAS de la ciudad de Cúcuta. Así mismo se logro definir los alcances y limitaciones basados en un análisis y el diseño de una propuesta para la

empresa American Little. Entre las limitaciones, se puede denotar que es una investigación documental, con un diagnóstico de la dinámica empresarial y el diseño de una propuesta. Para el caso se determinó la pregunta problema ¿Cómo direccionar el análisis estratégico para la empresa de confección Grupo empresarial American Little SAS de la ciudad de Cúcuta?

MÉTODOS Y MATERIALES.

La presente investigación utilizará un enfoque mixto, que combina métodos cuantitativos y cualitativos para recopilar y analizar datos sobre el sector textil y de confecciones en empresas de Norte de Santander, Colombia. Este enfoque permite obtener una comprensión más completa de la situación económica del sector y las perspectivas de las empresas. En primer lugar, se realizará una revisión bibliográfica exhaustiva de estudios previos sobre el sector textil y de confecciones en Colombia y en la región de Norte de Santander, para establecer un marco teórico y contextualizar la investigación. Se utilizarán diversas fuentes de información, como artículos académicos, informes de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, y noticias.

Fundamentados en Hernández (2018) esta investigación se plantea que esta investigación es de índole, empírico-analítico, racionalista, lo

que corrobora una hipótesis de acuerdo a información previa y de campo. El enfoque de esta investigación es de tipo cualitativa descriptiva donde se plantea una necesidad de comprender fenómenos y describir situaciones a partir de comportamientos observados, documentos, y demás fuentes que induzcan a una necesidad o problemática. Por otro lado, se llevarán a cabo entrevistas semiestructuradas con un empresario del sector de confecciones en Norte de Santander, con el fin de obtener información sobre su situación económica, sus desafíos y perspectivas. Se utilizará una guía de preguntas predefinida, pero también se permitirá la exploración de temas emergentes y la profundización en cuestiones relevantes.

RESULTADOS.

La empresa que se le aplicó la investigación fue American Little, es una empresa dirigida por Glaydelmar Edgleeth Landazábal Villamizar quien es Directora de la Compañía. Dirige la organización, planificación, producción, área de diseño, confección y producción, control de calidad, marketing y publicidad. Para poder conocer el diagnóstico de la empresa se formularon las siguientes matrices para analizar las variables externas e internas:

Matriz de Fuerzas Competitivas: La empresa American Little desde el diamante de Porter se puede plantear que se encuentra en el nivel de

rivalidad media, donde se puede observar que es una organización de manufactura textil con una producción de alta demanda, ya que la empresa se hace presente en el mercado regional, nacional e internacional, y mantiene un reconocimiento en la industria textil cucuteña. En cuanto a proveedores es una empresa que ya tiene una cartera productiva importante, basada en el poder de negociación. Asimismo, se plantea que pueden trabajar en alianza y de la mano con la obtención de insumos, basados en la relación de la oferta y la demanda. En cuanto a los clientes, tienen al mayor y al detal, así como convenios con otras empresas textiles, acceso a financiamiento y seguimiento al cliente. Adicionalmente, cuenta con precios estandarizados. Los sustitutos, la empresa tiene muchas oportunidades con aliadas en cuanto a la distribución de telas y accesorios. En cuanto a las barreras de entrada puede generarse dificultades con rotación e inasistencias del personal, así como el incremento de costos de materia prima y la necesidad del impulso publicitario.

Cadena de Valor: La cadena de valor presentada para la empresa American Little, en relación a las actividades de apoyo, se puede decir que en infraestructura la empresa es arrendada con una bodega productiva, que cuenta con una oficina administrativa, que opera en conjunto. Asimismo, el área de Talento Humano promueve el sentido de pertenencia de

la empresa, sin embargo, tiene un personal limitado, especializado y conocedor del mercado.

En el desarrollo de la tecnología, la organización cuenta con las maquinarias y equipos mobiliarios y recursos materiales. En cuanto al aprovisionamiento, la empresa cuenta con todo el mobiliario y espacios para el desempeño administrativo. En las actividades primarias de la cadena de valor están por la producción de las piezas textiles desde su punto de fábrica, así como el proceso de apoyo con la promoción.

La logística externa se fundamentó en el control de calidad de la pieza textil, en el diseño, producción y acabado para la asesoría al cliente y entrega de los pedidos solicitados.

Matriz de Perfil Competitivo: De acuerdo a esta matriz, logramos obtener de los factores comparativos, que se tomaron como competencia directa, a cercanos a la empresa American Little, se tomaron como referencia dos empresas cucuteñas que cumplen los mismos servicios en la región como lo es Miss Shops y Passions Jeans. De los cuales, se obtuvo que la marca American Little donde se ubica como resultado un puntaje de 3,22; mientras que Miss Shop y Passions Jeans en 3,44 y 3,26 respectivamente. Estos resultados, permiten inferir que estas empresas están en solidez y en posicionamiento y progresivamente están presentes en el mercado nacional y santandereano.

Formulación de la Matriz EFE: De acuerdo al análisis de la empresa American Little se puede plantear que en las oportunidades se mostraron las siguientes variables dirigidas al impulso y posicionamiento de la empresa por medio de la amplitud de mercado a nivel internacional, Inclusión de más productos de comercialización a nivel nacional e internacional, Convenios con industrias y empresas del exterior, Tendencia de consolidar la imagen de Marketing Digital y un Amplio impulso publicitario, tomando en cuenta la necesidad de alto reconocimiento industrial en el país como empresa colombiana. Estas variables son de revelar la dirección que desea tomar la empresa. Con respecto a las amenazas como las variables también se pueden vincular acciones vistas en las siguientes acciones como el Incremento de costos en la materia prima, Desempleo y culminación de contratos, Preferencias del consumidor con respecto al producto, Fidelización de clientes, Aumento progresivo del dólar, Cambios de Normativas de exportación, Ajustes de leyes en países donde se comercializa el producto para exportar, Creación de más empresas textiles con sello de exportación, pueden ser variables que pueden afectar el rendimiento de la empresa.

Formulación de la Matriz EFI: se tomaron en cuenta en las fortalezas de la empresa se plantea la posición financiera consolidada, diversas oportunidades de compra de las piezas a precios ajustados a las necesidades, personal

capacitado para el área de administración y producción, descuentos para clientes mayoristas, servicio de producción y comercialización a nivel nacional e internacional, precios competitivos, sólida cartera de clientes, desarrollo de un departamento de asesoría comercial, estricto control de calidad, cultura organizacional orientada a la satisfacción del cliente. En cuanto a las debilidades se pudieron analizar las siguientes variables, como el bajo reconocimiento de la marca, fortalecimiento de la imagen corporativa de la empresa, costos altos de mantenimiento de equipos y maquinarias, sensibilización del sentido de pertenencia de la empresa, orientación y capacitación de la venta de productos en línea, impulso del programa de bienestar laboral para recursos humanos, presencia baja en las redes sociales, enfoque en otros nichos de mercado, posicionamiento de la marca y el enfoque publicitario institucional.

Formulación de la Matriz I-E: representa una posición interna promedio, ya que su resultado es de 3,38, y la EFE tuvo un resultado de 3,23 siendo una posición externa de crecimiento. Por consiguiente, se analiza que el resultado entre la **matriz interna** y la **matriz externa**, la posición se encuentra en el **cuadrante es 1 (I)**, siendo de **Esfuerzo e inversión**, en este aspecto se determina que American Little, debe aplicar una estrategia de inversión en mayor impulso promocional, en el mejoramiento de su imagen corporativa y en la delimitación de sus procesos.

Matriz PEYEA: El resultado de la matriz PEYEA basados en estas actividades, se plantea que se encuentra en el cuadrante agresivo, donde la empresa debe invertir para seguir creciendo y abordando estrategias internas hacia a fuera. resaltando la necesidad de impulsar la empresa en este proceso, en redes sociales y darla a conocer en todo su desempeño.

Micmac: La matriz de impacto cruzado (MIC) es una herramienta que permitió identificar y analizar los impactos que un sector económico tiene sobre la economía en general como también variables de internas de la empresa a investigar. En este caso, se utilizará la MIC para realizar un análisis del sector textil y de confecciones en Norte de Santander. Para construir la MIC, se identificó los principales insumos y productos del sector textil y de confecciones en Norte de Santander. A continuación, se analizarán los efectos directos e indirectos que la producción de estos insumos y productos tiene sobre el resto de la economía de la región.

Entre los insumos más importantes del sector textil y de confecciones en Norte de Santander se encuentran las materias primas como el algodón, las fibras sintéticas, los hilos y los tintes. Estos insumos son producidos por otras industrias, como la agricultura y la química, y su producción genera impactos en la economía regional.

Tabla N| 1 Proyección MIC



Fuente: Elaboración Propia (2023)

La dependencia de la cuadrante I y II está interrelacionada con la fidelización de cliente y el desarrollo de un departamento de asesoría comercial, que va acompañado de la presencia de un personal capacitado, vinculado a la

amenaza que corresponde al incremento de costos de materia prima. Asimismo, es de destacar el dominio que tiene la empresa en base a la amplitud de mercado a nivel internacional y su posición financiera consolidada. Estas variables predominan en la dependencia, sobre las deficiencias que deben fortalecerse en la organización, tomando en cuenta el reimpulso en las variables referidas a las redes sociales, al posicionamiento de la marca en alianza con los almacenes de ropa a nivel nacional, y la necesidad de consolidar la imagen corporativa de la empresa, que va engranada con los productos que están proyectados en el estricto control de calidad.

El Grupo Empresarial American Little se visiona como una empresa que desea ser una marca líder en el mercado nacional e internacional, posicionándose en el diseño, producción de piezas textiles en jeans, trabajando ampliamente en brindar a los clientes y aliados un producto con estricto control de calidad y apoyo en todas las necesidades del público. Esta empresa que está en rápido crecimiento está interrelacionada en sus necesidades y fortalezas, para seguir avanzando considerablemente en las áreas estratégicas de las empresas como lo es la perspectiva financiera, productiva, clientes y talento humano. Aplicando estrategias de mercadeo para el mayor reconocimiento corporativo de la marca será un primer paso para evolucionar y extender la presencia de sus

productos en todo el país colombiano como empresa nacional y como exportadora a nivel internacional.

CONCLUSIONES.

El sector textil y de confecciones en Norte de Santander tiene impactos significativos en la economía regional, generando empleo y demanda de bienes y servicios en otras industrias. La MIC permite identificar estos impactos y analizar la complejidad de las interacciones económicas en la región, lo que puede ser de gran utilidad para la toma de decisiones en políticas públicas y estrategias empresariales. También se logró identificar que los productos del sector textil y de confecciones, como la ropa y los textiles para el hogar, tienen un impacto directo en el consumo y el comercio regional. La producción de estos productos genera empleo y demanda de servicios, como el transporte y la logística, que a su vez generan impactos indirectos en otras industrias.

Para caso específico la empresa cucuteña textil American Little, compañía que se dedica a la producción, comercialización y venta de productos textiles de pantalones Jeans, en diferentes diseños. El objetivo de este documento fue realizar un plan estratégico para reactivar las acciones comerciales por medio del marketing digital para la empresa; tomando en cuenta un análisis y compendio de necesidades de la misma, donde se plantearon los factores

internos y externos, matrices diagnósticas, para poder conocer la empresa, con respecto a las áreas comerciales, financieras, productivas y de talento humano. Todo este proceso, se llevó a cabo mediante la identificación situaciones y condicione actuales de la empresa para llevar una propuesta que permita el posicionamiento de la misma. Además, se indica que los datos internos de la empresa se obtuvieron por fuente de información suministrada por los socios de la empresa y los datos externos fueron por fuentes consultadas en línea o datos secundarios, que son investigados por el grupo de trabajo para el complemento de la respectiva información.

Recomendaciones.

- Es necesario que la empresa logre generar alianzas, como un beneficio para la empresa.
- La empresa debe posicionar su marca para ser reconocida en la región de Norte de Santander, Colombia y países del exterior.
- Es importante impulsar la presencia de la marca en las diferentes redes sociales.
- Debe trabajar en fortalecer una imagen corporativa organizacional consolidada.
- Mantener la capacitación y la formación profesional del personal, ya que el recurso humano es el principal insumo en la empresa.

LITERATURA CITADA

- Acosta Calao, J. I. (2020). Análisis sobre la incidencia de las importaciones de origen chino el sector textil de la economía colombiana.
- Arias García, E. J., & Torrealba Orejuela, M. A. Problemas sociales y económicos que ocasiona el dumping social en la industria textil colombiana.
- Ariza Moreno, C. D., & Huertas Díaz, S. (2022). Estudio de factibilidad ambiental para la implementación de algodón orgánico como materia prima sostenible en la industria textil colombiana (Bachelor's thesis, Fundación Universidad de América). <http://52.0.229.99/handle/20.500.11839/8882>
- Arredondo-Ortega, G., Ocampo-Jaramillo, K. V., Orejuela-Cabrera, J. P., & Rojas-Trejos, C. A. (2017). Modelo de planeación y control de la producción a mediano plazo para una industria textil en un ambiente make to order. *Revista Ingenierías Universidad de Medellín*, 16(30), 169-193. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-33242017000100169
- ANDI. (2021). Informe económico de la industria textil y de confecciones en Colombia. https://www.andi.com.co/Uploads/InformesEconomicos/2021/IE_T&Y_1T_2021.pdf
- Barrero, M. S. R., Mejía, A. B., Rodríguez, G. A. R., & Triana, N. V. (2020). Configuración interna de las empresas que conforman el tejido empresarial colombiano: una perspectiva desde la competitividad. In *Tendencias en la Investigación Universitaria: Una visión desde Latinoamérica*. Vol. X (pp. 225-242). Universidad Continente Americano.
- Bedoya Mejía, D., & Villa Herrera, N. (2021). Efecto de la apertura comercial para el empleo y la producción textilera en Colombia (Bachelor's thesis, Universidad EAFIT).
- Bolaños Godoy, D. A. (2018). Evaluación de la visión cromática en trabajadores de la industria textil expuestos a solventes orgánicos.
- Caicedo Manrique, C. E. (2021). La realidad del sector textil colombiano (Doctoral dissertation, Universidad del Rosario).
- Canastero Rios, R. D. (2021). Propuesta de optimización del consumo energético para el sector textil, basado en una empresa de producción textil en Colombia.

- Carmona, D. E. M., Vásquez, L. J. R., Patiño, V. A. G., & Londoño, J. A. J. (2020). Afectaciones económicas generadas por las importaciones en las empresas industriales del sector textil en la ciudad de Medellín, Antioquia durante los años 2017, 2018 y 2019. *Revista CIES Escolme*.
<http://revista.escolme.edu.co/index.php/cies/article/view/294>
- Castro Mueses, S. A. (2020). Ventajas competitivas de la importación de materias primas textiles en Colombia en los últimos 10 años (Bachelor's thesis, Fundación Universidad de América).
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2021). Comportamiento del sector textil en Colombia.
<https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias/2021/Mayo/Comportamiento-del-sector-textil-en-Colombia.aspx>
- Cámara de Comercio de Cúcuta. (2020). Plan estratégico 2020-2023. Recuperado de
<https://www.cccucuta.org.co/plan-estrategico-2020-2023/>
- Cámara de Comercio de Cúcuta. (2021). Balance económico 2020. Recuperado de
<https://www.cccucuta.org.co/balance-economico-2020/>
- Contreras Inga, L. C., & Huaynalaya Pariona, L. N. (2020). Modelos de gestión de inventarios en la industria textil para la reducción de costos de almacenamiento.
- Duarte Plazas, A., & Gutiérrez Triana, A. M. (2018). Impacto de los Tratados de Libre Comercio en el sector textil confecciones colombiano.
- Díaz-Ortega, N. I., & García-Mogollón, J. M. (2022). Sistema Dupont: factores influyentes de la rentabilidad en empresas del sector manufacturero. *Revista de Investigaciones Universidad del Quindío*, 34(S5), 291-300.
- Estrada Ortiz, D. L. (2017). Certificación de calidad ISO 9001 y su efecto en la competitividad de las empresas del sector textil en Colombia.
- Espinosa, Alexander Almeida, Dagoberto Torres-Flórez, and Diego Astudillo Valverde. "Síndrome de Burnout en profesionales de salud del servicio de urgencias del Hospital Universitario de Santander (ESEHUS)." *FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales* 19.2 (2019): 78-89. <https://ojs.unipamplona.edu.co/ojsviceinves/index.php/face/article/view/478>

Esper, Y. E. L., & Mogollón, J. M. G. (2020). Reflexión: deforestación, contaminación y cambio económico en la pandemia. In *Vestigium Ire*, 14(2), 164-177.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7993411>

Flórez, A. R., & Capacho, N. C. R. (2020). Moda femenina: oportunidad para dinamizar la industria de la confección en la ciudad de Cúcuta. *Gestión y Desarrollo Libre*, 5(9).

Galvis, G. T. C. (2019). Sector textil colombiano y su influencia en el desarrollo de economía del país. *Punto de vista*, 10(16).