

Propuesta de plan estratégico de comunicación interna para la empresa Casa del Bordado
Frixio, ubicada en el municipio de Cartago Valle del Cauca

Melissa Soto Agudelo

Universidad del Valle
Facultad Ciencias de la Administración
Administración de Empresas
Sede Cartago
2024

Propuesta de plan estratégico de comunicación interna para la empresa Casa del Bordado
Frixio, ubicada en el municipio de Cartago Valle del Cauca

Melissa Soto Agudelo

Proyecto de Grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de
Empresas

María Janeth Granados Niño
Magister en Ingeniería Industrial

Universidad del Valle
Facultad Ciencias de la Administración
Administración de Empresas
Sede Cartago
2024

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Cartago, Valle abril del 2024

Agradecimientos

El primer agradecimiento es a mi persona, por mi esfuerzo, dedicación, compromiso en la realización de este trabajo y por llegar a esta etapa académica.

Agradecimiento a los asesores, quienes me acompañaron y me guiaron en el desarrollo del presente trabajo.

Agradecimiento a la empresa Casa del Bordado Frixio por permitirme realizar la modalidad de asesoría para mi trabajo de grado.

Índice

Resumen.....	11
Abstract.....	12
Introducción.....	13
1. Planteamiento del Problema	15
1.1 Pregunta de Investigación	18
1.2 Sistematización del Problema	18
2. Justificación	19
3. Objetivos	21
3.1 Objetivo General.....	21
3.2 Objetivos Específicos.....	21
4. Diseño Metodológico	22
5. Marco Referencial.....	26
5.1 Antecedentes	26
5.2 Marco Teórico	32
5.3 Marco Conceptual.....	42
5.4 Marco Histórico – Contextual.....	49
5.5 Marco Legal.....	56
6. Resultados	59
6.1 Análisis Ambiente Externo.....	59
6.2 Análisis Interno	81
6.3 Sector y Competencia.....	104
6.4 Propuesta de Comunicación.....	137
6.5 Seguimiento y Control	145
Conclusiones	155
Recomendaciones	158
Referencias.....	160
Anexos	168

Lista de tablas

Tabla 1 Matriz metodológica	24
Tabla 2 Matriz de objetivos por fases	25
Tabla 3 Antecedentes internacionales	29
Tabla 4 Antecedentes nacionales	30
Tabla 5 Antecedentes locales	31
Tabla 6 Matriz de impacto legal.....	56
Tabla 7 Continuación Matriz de impacto legal	57
Tabla 8 Matriz de impacto legal Fríxio	58
Tabla 9 Legislación laboral	60
Tabla 10 Regulaciones sobre importaciones y exportaciones.....	61
Tabla 11 Asociaciones y gremios de artesanos	62
Tabla 12 Apoyos y beneficios al sector artesanal por medio de leyes y normas.....	63
Tabla 13 Tamaño de mercado de la moda.....	64
Tabla 14 Inflación	65
Tabla 15 Créditos	66
Tabla 16 Gestión Social Integral – GSI.....	67
Tabla 17 Relevé generacional	68
Tabla 18 Contrabando	69
Tabla 19 Tendencias tecnológicas del sector textil	70
Tabla 20 Rapidez de la tecnología	71
Tabla 21 Ferias en pro a la tecnología.....	72
Tabla 22 Plan nacional de negocios verdes.....	73
Tabla 23 ISO 14001	74
Tabla 24 Contaminación del sector textil.....	75
Tabla 25 Matriz evaluación de factores externos (MEFE).....	76
Tabla 26 Factores de análisis.....	77
Tabla 27 Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM).....	79
Tabla 28 Matriz evaluación de factores internos (MEFI)	91
Tabla 29 Perfil Capacidad Interna (PCI)	93
Tabla 30 Percepciones ambientes y clima organizacional	95
Tabla 31 Empresas competidoras nacional - Factores claves de éxito.....	116
Tabla 32 Aspectos importantes de los factores claves de éxito.....	122

Tabla 33	Continuación de los aspectos importantes de los factores claves de éxito.....	123
Tabla 34	Matriz de Perfil Competitivo (MPC).....	124
Tabla 35	Estrategia: Integrar a los funcionarios de la empresa.....	139
Tabla 36	Estrategia: Promover una cultura empresarial.....	140
Tabla 37	Estrategia: Generar sentido de pertenencia	140
Tabla 38	Estrategia: Aprovechar los canales escritos	141
Tabla 39	Estrategia: Aprovechar los canales orales	142
Tabla 40	Estrategia: Potenciar los canales tecnológicos y digitales.....	142
Tabla 41	Estrategia: Implementar actividades para claridad en mensajes	143
Tabla 42	Estrategia: Fomentar la participación y retroalimentación.....	143
Tabla 43	Seguimiento y control	146
Tabla 44	Continuación seguimiento y control.....	147
Tabla 45	Continuación seguimiento y control.....	148
Tabla 46	Continuación seguimiento y control.....	149
Tabla 47	Continuación seguimiento y control.....	150
Tabla 48	Continuación seguimiento y control.....	151
Tabla 49	Continuación seguimiento y control.....	152
Tabla 50	Empresas de bordado, suministradas por la Cámara de Comercio	201
Tabla 51	Continuación empresas de bordado Cámara de Comercio Cartago	201
Tabla 52	Continuación empresas de bordado Cámara de Comercio Cartago	202
Tabla 53	Continuación empresas de bordado Cámara de Comercio Cartago	202

Lista de figuras

FIGURA 1 Árbol de problema.....	17
FIGURA 2 Logo empresa Frixio.....	52
FIGURA 3 Página web Frixio.....	52
FIGURA 4 Instagram Frixio	53
FIGURA 5 Almacén Frixio.....	53
FIGURA 6 Letrero Empresa Frixio.....	54
FIGURA 7 Fachada oficinas de Frixio.....	54
FIGURA 8 Mapa geográfico del municipio de Cartago Valle del Cauca	55
FIGURA 9 Ubicación geográfica Casa del Bordado Frixio, Cartago Valle del Cauca.....	55
FIGURA 10 Organigrama	81
FIGURA 11 Calificación relación con jefes y compañeros	96
FIGURA 12 Opinión sobre asignación de funciones	96
FIGURA 13 Sentido de pertenencia.....	97
FIGURA 14 Opinión sobre integración y unión de compañeros	98
FIGURA 15 Conocimiento sobre misión, visión y objetivos.....	98
FIGURA 16 Opiniones de la regularidad con que reciben información	99
FIGURA 17 Herramientas para realizar las funciones.....	100
FIGURA 18 Manera en que la empresa transmite la información	100
FIGURA 19 Comunicación entre las áreas	101
FIGURA 20 Áreas de la empresa.....	101
FIGURA 21 Utilización de herramientas de comunicación.....	102
FIGURA 22 Género	103
FIGURA 23 Edad.....	103
FIGURA 24 Página web empresa Ultrabordados	113
FIGURA 25 Página web Bordados Express.....	114
FIGURA 26 Página Instagram empresa FenitexSAS.....	115
FIGURA 27 Calados Dukes	117
FIGURA 28 Bordados Maria Pi.....	118
FIGURA 29 Bordados Flor	119
FIGURA 30 Yamile Henao.....	120
FIGURA 31 Radar de valor Casa del Bordado Frixio	125
FIGURA 32 Radar de valor sopesado Frixio	125

FIGURA 33	Radar de valor de Calados Dukes.....	126
FIGURA 34	Radar de valor sopesado Calados Dukes.....	127
FIGURA 35	Radar de valor de Bordados Maria Pi.....	128
FIGURA 36	Radar de valor sopesado de Bordados Maria Pi	128
FIGURA 37	Radar de valor de Yamile Henao.....	129
FIGURA 38	Radar de valor sopesado Yamile Henao.....	130
FIGURA 39	Radar de valor de Bordados Flor.....	131
FIGURA 40	Radar de valor sopesado Bordados Flor	131
FIGURA 41	Radar de valor de empresas competidoras	132
FIGURA 42	Radar de valor de sopesado empresas competidoras.....	133
FIGURA 43	Objetivos propuesta de comunicación.....	138
FIGURA 44	Gerencia.....	189
FIGURA 45	Área de contabilidad.....	189
FIGURA 46	Área de administración.....	189
FIGURA 47	Área de recursos humanos.....	190
FIGURA 48	Área comercial.....	191
FIGURA 49	Área de marketing	191
FIGURA 50	Área de producción.....	192
FIGURA 51	Entrevista funcionaria Frixio.....	193
FIGURA 52	Entrevista funcionaria.....	193
FIGURA 53	Entrevista a funcionaria.....	193
FIGURA 54	Socialización trabajo de grado con la empresa Frixio - Gerente	200
FIGURA 55	Socialización trabajo de grado con la empresa Frixio – jefe marketing.....	200

Lista de Anexos

Anexo 1 Preguntas encuesta 1 a funcionarios.....	168
Anexo 2 Encuesta 2 a funcionarios.....	171
Anexo 3 Entrevista sobre datos importantes de Frixio	176
Anexo 4 Entrevista a subgerente administrativa Frixio	178
Anexo 5 Entrevista al jefe de marketing.....	179
Anexo 6 Entrevista sobre ambiente externo.....	180
Anexo 7 Entrevista 2 sobre el ambiente externo.....	181
Anexo 8 Entrevista al propietario de Calados Dukes.....	182
Anexo 9 Entrevista a propietaria de Bordados Maria Pi.....	184
Anexo 10 Entrevista a propietario de Bordados y Calados Flor	185
Anexo 11 Entrevista propietaria Yamile Henao	187
Anexo 12 Registro fotográfico de recorrido y diálogos con funcionarios Frixio	189
Anexo 13 Fotos Entrevistas y encuestas Frixio	193
Anexo 14 Acta modelo socialización trabajo de grado.....	194
Anexo 15 Carta de aceptación en la empresa Frixio.....	195
Anexo 16 Bitácora de trabajo de grado.....	196
Anexo 17 Socialización trabajo de grado.....	200
Anexo 18 Empresas de bordado Cartago Valle - Cámara de Comercio	201

Resumen

El análisis realizado sobre la empresa Casa del Bordado Frixio del municipio de Cartago Valle, revela diversas oportunidades de mejora, para las falencias identificadas en la comunicación interna, la correcta utilización de medios y herramientas de comunicación y un clima organizacional poco favorable.

Para abordar estas falencias, se propone un Plan Estratégico de Comunicación Interna que incluye objetivos claros, estrategias específicas y un plan de acción detallado, con base a promover la participación activa, diversificar los canales de comunicación, fomentar una cultura de retroalimentación, fortalecer el sentido de pertenencia, garantizar la transparencia en la comunicación y evaluar regularmente las estrategias implementadas.

La empresa Casa del Bordado Frixio tiene la oportunidad de mejorar su comunicación interna, mediante la implementación de este plan estratégico, alineado con los objetivos de la empresa.

Palabras claves:

Plan estratégico, plan de acción, comunicación interna, clima y ambiente laboral, herramientas de comunicación, retroalimentación.

Abstract

The analysis carried out on the company Casa del Bordado Frixio in the municipality of Cartago Valle, reveals various opportunities for improvement, for the shortcomings identified in internal communication, the correct use of communication media and tools and an unfavorable organizational climate.

To address these shortcomings, a Strategic Internal Communication Plan is proposed that includes clear objectives, specific strategies and a detailed action plan, based on promoting active participation, diversifying communication channels, promoting a culture of feedback, strengthening the sense of belonging, guarantee transparency in communication and regularly evaluate the implemented strategies.

The company Casa del Bordado Frixio has the opportunity to improve its internal communication, through the implementation of this strategic plan, aligned with the company's objectives.

Keywords:

Strategic plan, action plan, internal communication, work climate and environment, communication tools, feedback.

Introducción

La comunicación es una base para expresar lo que se quiere decir, es fundamental en una organización para que todos puedan conocer los objetivos de la empresa y trabajen en sintonía para el cumplimiento de estos. Es de recalcar que la comunicación permite conocer el mensaje del emisor y la respuesta del receptor, también lo que ocurre dentro y fuera de la organización, logrando prever situaciones, cambios y dificultades.

Esta investigación se basa en un plan estratégico de comunicación interna para la empresa Casa del Bordado Frixio, ubicada en el municipio de Cartago Valle del Cauca, por medio de la modalidad de asesoría académica.

La importancia de un plan estratégico comunicacional para esta empresa se basa en disminuir las falencias y problemática, fortalecer y potencializar aspectos de la empresa, generando una solución encaminada a la mejora continua.

La comunicación interna está orientada a mantener una buena relación entre los trabajadores, ya que son quienes integran la empresa, ofreciendo su trabajo y sus capacidades para realizar las funciones y lograr los objetivos.

En la Casa del Bordado Frixio existen problemáticas que se han evidenciado por medio de la observación, recolección de información, encuestas y documentos, en este trabajo se abordarán temas relevantes considerados como falencias dentro de esta empresa, los cuales son: comunicación interna, deficiente aplicación de medios y herramientas para una comunicación efectiva, desconocimiento de las áreas y sus integrantes, inapropiado clima y ambiente organizacional.

La presente investigación comprende un análisis de la empresa Casa del Bordado Frixio, la cual es una de las empresas que pertenece a la asociación Carlos Alberto Perea, donde se establecerán los objetivos que guiarán la presente investigación y aspectos sobre el plan estratégico de comunicación interna: análisis del ambiente interno y externo, análisis del sector y la competencia, formulación del plan de comunicación interna y el mecanismo de seguimiento y control para el mismo.

En cuanto a la metodología se citarán diferentes apartados del autor Sampieri, donde se resalta la utilización de un diseño no experimental, la variable de tiempo es de tipo transversal, un enfoque cualitativo, tipo de investigación descriptiva.

El tema principal de este trabajo es diseñar un plan estratégico de comunicación interna, para la empresa Casa del Bordado Frixio del municipio de Cartago Valle del Cauca, una propuesta en caso tal de que la empresa lo quiera implementar.

1. Planteamiento del Problema

Descripción del Problema

Se plantea un diseño de un plan estratégico de comunicación interno para la empresa Casa del Bordado Frixio, empresa dedicada a la fabricación y comercialización de prendas de vestir bordadas a mano, del municipio de Cartago Valle del Cauca.

Se realizó un proceso de un primer diagnóstico y acercamiento con esta empresa alrededor de 6 meses, tiempo en el cual se evidenciaron diferentes falencias y problemáticas por medio de la observación, encuestas y dialogo con algunos funcionarios; llegando a establecer varias situaciones en las que se podía trabajar más a fondo.

Desde el área de recursos humanos, el cual se encarga de la comunicación interna en la empresa, se identificó una falencia con respecto a la comunicación interna, que es el tema principal de este trabajo, reflejándose en el bajo conocimiento de la información interna, no hay acceso a información precisa, se desconocen datos relevantes sobre las diferentes áreas de la empresa. Lo anterior ya que se observó una deficiente aplicación de medios y herramientas para una comunicación efectiva, no utilizan las diversas herramientas para transmitir los mensajes, lo que hace que exista un desconocimiento general sobre datos de la empresa.

No hay canales de comunicación establecidos y los pocos que existen en la empresa son mal utilizados, no los tienen en cuenta, lo que ha provocado diferentes fallas y mucha desorganización en el proceso de fabricación, producción, venta y publicidad del producto, en el cual participan todas las áreas. Otra falencia es el desconocimiento de las áreas y sus

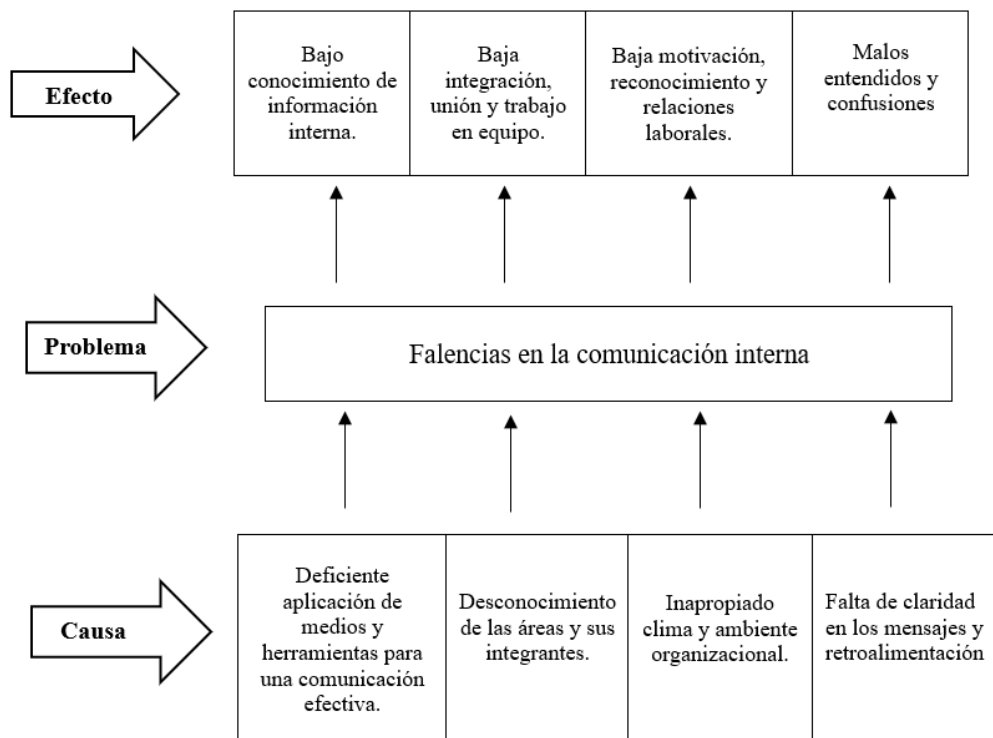
integrantes de parte de los trabajadores, no se conocen entre sí, cada área se enfoca en sus propias funciones, a pesar que la mayoría de estas personas trabajan en un mismo espacio, esto hace que no exista un trabajo en equipo.

Se identificó por medio del dialogo de concertación con las personas encargadas, una falencia en el clima y ambiente organizacional, lo que repercute en las relaciones laborales, desmotivación, presión en el trabajo, falta de tiempo, falta de reconocimiento, sentido de pertenencia y una relación con los jefes que podría mejorar.

En las organizaciones se generan diferentes comportamientos, que pueden afectar el ambiente dinámico y complejo en el que se vive y el resultado de los trabajadores depende del clima organizacional, debido a su percepción y al impacto que genera. El clima organizacional es el resultado de como las personas forman procesos de interacción social, influenciados por valores, actitudes, creencias y por su ambiente interno. (García Solarte, 2009)

En toda empresa es importante que el clima organizacional y los funcionarios, sean temas tomados en cuenta y por lo anterior se evidenció baja integración, falta de unión, no realizan actividades para integrarse, tienden a llegar a un mismo objetivo, pero individualmente.

Árbol de problemas de la investigación

FIGURA 1 Árbol de problema

Nota: Fuente elaboración propia 2023.

1.1 Pregunta de Investigación

La pregunta de investigación aborda un problema y ayuda a definir con claridad el camino y es respondida al finalizar la investigación. En este trabajo la pregunta de investigación enfocada en la empresa Casa del Bordado Frixio, es la siguiente:

¿Cómo generar un plan estratégico de comunicación interna, tomando como caso de estudio la empresa Casa del Bordado Frixio del municipio de Cartago Valle del Cauca?

1.2 Sistematización del Problema

- ¿Cuál es análisis del ambiente interno de la empresa Casa del Bordado Frixio?
- ¿Cuál es el análisis del ambiente externo de la empresa Casa del Bordado Frixio?
- ¿Cuál es el análisis del sector al cual pertenece la empresa Casa del Bordado Frixio?
- ¿Cómo formular el plan de comunicación interna de la empresa Casa del Bordado Frixio?
- ¿Cómo diseñar el mecanismo de seguimiento y control de la empresa Casa del Bordado Frixio?

2. Justificación

Los bordados hacen parte de la cultura de los habitantes de Cartago Valle del Cauca y una de las empresas pioneras es la Casa del Bordado Frixio, en la cual se va a enfocar la investigación de este trabajo.

La empresa Casa del Bordado Frixio, no considera la comunicación interna, está encaminada en diferentes temas, por ejemplo, en el diseño de sus productos, pero lo hacen con ideas de algún tiempo atrás, siendo sus productos de excelente calidad y de gran aprecio por sus bordados.

El presente trabajo se realiza porque es importante un plan estratégico de comunicación interna, aspecto que se ha evidenciado como falencia en la empresa Casa de Bordado Frixio. La razón fundamental de la realización de este plan comunicacional se debe específicamente a las falencias existentes en el proceso comunicativo interno de la empresa, que no permite proyectar de una forma clara y coherente, la misión, visión y valores de la compañía al mercado objetivo.

“Según Bernal la justificación práctica, se debe hacer cuando el desarrollo de la investigación ayuda a resolver un problema o por lo menos, propone estrategias que al aplicarse contribuirían a resolverlo” (Bernal, 2010).

La importancia de esta investigación en lo social se basa en los conocimientos que puede brindar al tener un plan estratégico comunicacional, ya que genera una ruta a seguir y disminuye las falencias y problemáticas de personas que inician o que tienen una empresa, orientándolas a la mejora continua. Lo anterior, busca concientizar a las personas para generar mejoras y cambios, ya que es fundamental saber lo que está pasando

en el entorno y como los temas expuestos benefician o perjudican a las diferentes empresas, tanto públicas como privadas en la sociedad.

Es de importancia para la Universidad del Valle y para los administradores de empresas, ya que sirve de referente para futuras investigaciones, aporta información, conocimiento, ya que se genera visión para ayudar a que se cumplan los objetivos de las empresas, por medio de la ejecución y análisis de actividades.

Es importante la utilización de diferentes medios de comunicación dentro de la empresa, ya que permite que los trabajadores estén constantemente informados, motivados, lo que genera una contribución al logro de los objetivos. Es por lo anterior que la comunicación interna se convierte en un instrumento importante, ya que permite identificar a los empleados en una cultura organizacional, mayor competitividad, aumentar el sentido de éxito empresarial y de pertenencia. (Oyarvide, Reyes, Montaña, & et. Al, 2017)

En la empresa Casa de Bordado Frixio, es importante la comunicación interna, ya que permite enfocar a las áreas hacia el cumplimiento de objetivos misionales en la organización, genera trabajo en equipo e interacción entre las diferentes partes de una empresa y promueve el liderazgo, entre otros.

“El plan estratégico es primordial para las organizaciones, junto a los objetivos de los recursos humanos, se puede unir, organizar, recompensar, conservar, desarrollar y supervisar a las personas” (Chiavenato, Gestión del talento humano, 2009).

Lo anterior es necesario para promover mejoras en diferentes aspectos en la empresa, para lograr un enfoque entre la comunicación interna, clima laboral, la productividad, para que las decisiones se transformen en acciones y estabilidad, que sirvan como ruta sugerida a seguir.

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Diseñar un plan estratégico de comunicación interna, para la empresa Casa del Bordado Frixio del municipio de Cartago Valle del Cauca.

3.2 Objetivos Específicos

- A. Analizar el ambiente externo e interno de la organización, para identificar cuáles son sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la empresa Casa del Bordado Frixio.
- B. Analizar el sector al cual pertenece la empresa y el análisis de la competencia.
- C. Formular el plan de comunicación interna de la empresa Casa del Bordado Frixio
- D. Diseñar el mecanismo de seguimiento y control del plan estratégico de comunicación interna de la empresa Casa del Bordado Frixio.

4. Diseño Metodológico

Esta investigación se realizará bajo la modalidad asesoría, a la empresa Casa del Bordado Frixio, por medio de la formulación de una pregunta de investigación. Teniendo en cuenta lo anterior, se presenta una caracterización del diseño metodológico, las herramientas utilizadas, el tipo de investigación, el enfoque, el método y la técnica empleada para la presente investigación.

En cuanto al diseño de investigación, es de tipo no experimental, las variables ya existen, no se genera ninguna situación, se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza, por su dimensión temporal o el número de momentos o puntos en el tiempo en los cuales se recolectan datos. (Hernández Sampieri, 2014)

“La investigación es de tipo transversal ya que recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (Hernández Sampieri, 2014).

Se observó a los trabajadores en su ambiente natural, en situaciones que se presentaron, sin intervención, ni manipulación, se realizó recolección de datos, donde se evidenció lo que ocurre, ya que son parte interna de la empresa Casa del Bordado Frixio, se hicieron notorias las falencias, las causas y consecuencias mencionadas en este trabajo, que se presentaron en diferentes momentos en los cuales se realizaron las respectivas visitas para obtener información.

La investigación es de enfoque cualitativo, ya que se guía por áreas o temas significativos, pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la

recolección y el análisis de los datos, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y responderlas. (Hernández Sampieri, 2014)

El enfoque cualitativo se selecciona cuando el propósito es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados. Lo anterior por medio de datos cualitativos que evidencian o información simbólica verbal, audiovisual o en forma de texto e imágenes. (Hernández Sampieri, 2014)

El tipo de investigación es descriptiva ya que se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente se pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren. (Hernández Sampieri, 2014)

Para la presente investigación se obtuvo información de todas las áreas, las personas, los procesos y demás elementos importantes de la empresa, también se analizó la información y se determinaron las falencias y problemáticas analizadas en conjunto.

El método que se utilizó fue el método inductivo, Francis Bacon fue el primero que propuso la inducción como un nuevo método para adquirir conocimientos, es la repetición de hechos y fenómenos de la realidad, encontrando los rasgos comunes en un grupo definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan. (Rodríguez Jiménez & Pérez Jacinto, 2017)

“La técnica de muestreo utilizada corresponde a un muestreo no probabilístico ya que la selección de los sujetos de estudio dependerá de ciertas características, criterios, que él investigador considere en ese momento” (Otzen & Manterola, 2017).

Los supuestos que se generaron a lo largo del trabajo, dieron paso a las falencias de la empresa y posteriormente a la selección del tema general de esta investigación que es la comunicación interna, el cual se identificó junto con las causas y efectos, ya que no lo tienen en cuenta y abordarlo podría potencializar y ayudar a la empresa. Con respecto a lo anterior por medio de la modalidad de asesoría, se diseña un plan estratégico de comunicación interna, para la empresa Frixio del municipio de Cartago Valle del Cauca, siendo esta una propuesta en caso tal de que la empresa lo quiera implementar.

Tabla 1 Matriz metodológica

Componente metodológico	Descripción	Autores
Diseño de la investigación	Investigación aplicada No experimental Transversal	(Hernández Sampieri, 2014)
Enfoque investigación	Cualitativo	(Hernández Sampieri, 2014)
Tipo de investigación	Investigación descriptiva	(Hernández Sampieri, 2014)
Métodos de la investigación	Inductivo	(Rodríguez Jiménez & Pérez Jacinto, 2017)
Unidad de análisis	Empresa Casa del bordado Frixio	Cámara de comercio (2022)
Técnica de muestreo	No probabilístico	(Otzen & Manterola, 2017) (Pimienta Lastra, 2022)
Instrumentos de recolección de datos	Entrevistas Observación Análisis de documentos	

Nota: Elaboración propia 2023

Tabla 2 Matriz de objetivos por fases

Descripción objetivos	Tipo investigación	Enfoque investigación	Método investigación	Instrumento recolección información	Aporte a la investigación
Objetivo A	Investigación descriptiva	Cualitativo	Inductivo	-Externo: Matriz PESTA (factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ambientales). MEFE Y POAM. -Interno: Entrevistas, observación, análisis de documentos. MEFI Y PCI	-Identificación del ambiente externo, identificación amenazas y oportunidades. -Descripción de la situación interna de la empresa, fortalezas y debilidades.
Objetivo B				Benchmarking Observación Análisis de documentos	-Definición del sector. -Análisis de la competencia de la organización
Objetivo C				Plan estratégico de comunicación interna.	Potencializar la comunicación interna y las falencias encontradas.
Objetivo D				Mecanismo de seguimiento y control para el plan estratégico de comunicación interna.	Medición, control y seguimiento del plan estratégico de comunicación interna.

Nota: Elaboración propia 2023

5. Marco Referencial

5.1 Antecedentes

Antecedentes históricos

Los antecedentes históricos mencionados a continuación, fueron suministrados por la empresa Casa del Bordado Frixio para esta investigación.

Almacenes el punto es una unidad de negocio Cartagueña con más de 58 años de trayectoria en el comercio del municipio, que nace a través de la experiencia en el comercio de textiles, el mercado de bordados, y el éxito en los créditos, del señor Álvaro Perea y su familia. (Frixio, 2023)

Tal como lo expresa la empresa (Frixio, 2023) en las siguientes líneas y párrafos.

Con una infraestructura legal, técnica, financiera y organizacional, con amplia gama de productos adquiridos a través de nuestros proveedores nacionales e internacionales de diferentes marcas, permitiendo seguir tendencia de la moda y calidad de los productos que ofrece en el sector industrial, fomentando el empleo en la región y en las poblaciones circunvecinas a través de la industria manufacturera del bordado a mano. (Frixio, 2023)

“Los productos son fabricados por la empresa Frixio; marca propia, reconocida a nivel nacional e internacional, donde se elaboran prendas bordadas de excelente calidad, uniformes industriales para empresas y colegios de diferentes instituciones” (Frixio, 2023).

Fue inscrita como Carlos Alberto Perea Cardona en Cámara de Comercio, el 19 de febrero de 1993 bajo el No 19673-1, en el Registro Nacional de Vendedores R.U.T. como Persona Natural, contribuyente del impuesto de Renta, Responsable del Impuesto a las

Ventas, Régimen Común, Agente de Retención en la fuente y Usuario Aduanero. (Frixio, 2023)

Sucursales relacionadas:

- Casa del Bordado Frixio, carrera 4 No 1ª-72 y C.C la 14 local 21 Valle de Lili -Cali Valle.
- Almacén El Punto No 2 carrera 5 No 12-34.
- Punto Hogar carrera 5 No 12-49.
- Boutique Evolución carrera 4 No 10-76.

Como experiencia en la venta de vestuario para toda la familia, productos de hogar en su mayoría electrodomésticos menores y decoración, cortinería y demás, se podría decir que la empresa llegó al 80% del mercado local y un 20% a municipios del Valle del Cauca como Ansermanuevo, la Unión y otros aledaños. (Frixio, 2023)

“Actualmente son cerca de 4000 clientes activos en consumo y con crédito propio ofrecido por la empresa” (Frixio, 2023).

Dentro de los clientes, además de los internos, que son cerca de 150 empleos generados directos, incrementándose en 40 empleos de acuerdo con las temporadas, se afectó de manera positiva a todas sus familias, generando ingresos que permiten que accedan a los beneficios que la ley ampara como subsidios de vivienda y demás. (Frixio, 2023)

“Se impactó indirectamente también a los proveedores que generó empleo, como en el caso de los fletes a Servientrega, a los proveedores de cada sección, además de generar excelentes relaciones comerciales y personales con cada uno de ellos” (Frixio, 2023).

La empresa Frixio tiene una visión, misión, valores y política de calidad establecidas y son las siguientes:

“Visión: Continuar siendo la empresa líder a nivel nacional de los bordados hechos a mano y consolidar nuestro mercado internacional con la dinámica y compromiso social enfocado a la familia que nos ha caracterizado”

Misión: Ser la empresa líder en la fabricación y comercialización de prendas de vestir bordadas a mano, comprometida con la calidad del producto, innovación y diseños ajustados a la petición de nuestros clientes. actualizando los requerimientos de tecnología y mercadeo adecuado donde cada proceso cumpla con los estándares de la más alta calidad sin perder la esencia del arte manual de los bordados de Cartago.

“Valores: Honestidad, responsabilidad, comunicación, compañerismo, aprendizaje”

Política de calidad: La empresa Carlos Alberto Perea Cardona tiene un firme compromiso con los clientes de satisfacer plenamente sus requerimientos y expectativas, generando una relación mutuamente beneficiosa, para ello garantizamos impulsar una cultura organizacional de calidad basada en los principios de honestidad, liderazgo y desarrollo del recurso humano, solidaridad, compromiso de mejora continua con el sistema de gestión de calidad. (Frixio, 2023)

“Principios de calidad: Responsabilidad organizacional, trabajo en equipo” (Frixio, 2023).

Antecedentes Académicos

Los antecedentes académicos son importantes porque son aquellos momentos históricos que hacen referencia a escritos netamente académicos, se dividen en antecedentes de talla internacional, nacional y local.

Tabla 3 *Antecedentes internacionales*

Nº	Tipo de producto	Título	Autor(es)/Año	Localización	Resultados relevantes	Aportes a la investigación
1	Especialización	Plan estratégico para la empresa Kalitex S.A.C., Arequipa 2017	(Fernández Barreda & Polar Belón, 2017)	Internacional	Según los autores dan a conocer la necesidad de un plan en una empresa, para cumplir con los objetivos de comunicación, para prever los cambios y facilitar el control de las actividades de la empresa.	Esta investigación es importante y sirve de base ya que, por medio de la comunicación, se puede anticiparse a las posibles situaciones que va a atravesar una empresa, mirar el panorama y las situaciones a tomar en cuenta para evitar que los cambios sorprendan.
2	Trabajo pregrado	Plan de comunicación estratégica externa basada en medios digitales para empresas de eventos en la ciudad de Puebla	(Arvisu Barrágan, 2016)	Internacional	Según Barragán, un plan de comunicación es importante para resolver diferentes problemas o inconvenientes, como la plena comunicación e interacción de los clientes, los proveedores y dar a conocer la imagen corporativa.	Un aporte de este trabajo consiste en el enfoque de realizar un estudio previo sobre los errores que las empresas cometen, con respecto a la comunicación en y la forma como se transmite la imagen.

Nota: Elaboración propia 2023

Tabla 4 *Antecedentes nacionales*

Nº	Tipo de producto	Título	Autor(es)/Año	Localización	Resultados relevantes	Aportes a la investigación
1	Trabajo Pregrado	Plan de comunicación para Distribuciones Pascual Pedrosa, S.L.	(Pedrosa Azor, 2016)	Nacional	Según Pedrosa por medio de un plan estratégico de comunicación se puede mejorar la organización, posicionamiento y ventas permitiendo un crecimiento.	Este trabajo aporta a la presente investigación, en la forma en que un plan estratégico comunicacional puede cambiar aspectos, mejorar actividades y un factor diferenciador.
2	Trabajo pregrado	Propuesta de un plan estratégico de comunicaciones para la corporación Jumpa Jump.	(Inconvarti Ríos, 2018)	Nacional	Según Beatriz Inconvarti una problemática es la falta de un área o persona encargada de manejar las comunicaciones internas y externas, para que todos sigan los objetivos y entiendan lo que pasas en las diferentes áreas.	Es de importancia, ya que brinda herramientas para la comunicación interna y externa, además para las estrategias que una empresa puede tomar en cuenta para el cumplimiento de los objetivos propuestos y un camino definido a seguir.

Nota: Elaboración propia 2023

Tabla 5 *Antecedentes locales*

Nº	Tipo de producto	Título	Autor(es)/Año	Localización	Resultados relevantes	Aportes a la investigación
1	Proyecto	<i>Fortalecimiento Empresarial en las Asociaciones del Bordado, el Calado y el Tejido en el Norte del Valle del Cauca, ejecutado por la Fundación Universidad del Valle</i>	(Fundación Univalle, 2022)	Local	Según Fundación Univalle, por medio del proyecto <i>las asociaciones de bordados hicieron parte actividades de fortalecimiento, diseño, fomento de la innovación empresarial en pro de mejorar sus procesos.</i>	Este proyecto aportaría a la presente investigación, ya que pretende indagar sobre aspectos diferentes que permitan el fortalecimiento de una organización, a través de las estrategias adecuadas, el funcionamiento de las áreas y la proyección de los productos.
Nº	Tipo de producto	Título	Autor(es)/Año	Localización	Resultados relevantes	Aportes a la investigación
2	Proyecto	Fortalecimiento empresarial en las asociaciones del bordado, el calado y tejido en el norte del Valle del Cauca.	(Corpovalle, 2019)	Local	Según Corpovalle a través de este proyecto la Gobernación del Departamento busca potenciar a las mujeres del valle del cauca a través de la dotación e implementación de equipos, ya que han presentado deficiencias para la constitución definitiva del encadenamiento.	El proyecto anterior aportaría a esta investigación, ya que da contexto de diferentes enfoques por medio de la capacidad de producción de las empresas, sobre las personas que integran cada área, los cambios sociales y económicos y la forma en que han cambiado los trabajos en el tiempo.

Nota: Elaboración propia 2023

5.2 Marco Teórico

El marco teórico se compone de las siguientes bases teóricas, para la propuesta de un plan estratégico comunicacional enfocado a la comunicación interna de la empresa Casa del Bordado Frixio, las cuales sustentan el análisis de la presente investigación.

Las teorías que se tomarán en cuenta son: Teoría de la comunicación organizacional, teoría de la planeación estratégica, teoría de las relaciones humanas, teoría management.

Comunicación Organizacional

“La comunicación es una actividad cotidiana, sencilla y común, por esta razón es necesario detenerse a reflexionar en cómo, dónde, cuándo, y porqué se produce, además del papel que tienen todos los hablantes de una lengua” (Guzman Paz, 2012).

Muchas organizaciones consideran el producto como centro de todo, mientras que otras agregan la importancia de la parte humana, como los funcionarios, que son quienes integran la parte interna de la empresa, los que ofrecen su trabajo y sus cualidades para realizar las funciones.

“La comunicación es un sistema, esto indica que los medios que se emplean para enviar información y las personas que se comunican directamente entre sí, están interrelacionados” (Guzman Paz, 2012).

Las dos teorías anteriores, proponen herramientas para lograr objetivos y una preparación para el cambio. Esta teoría, junto con los avances que se han presentado en el mundo, han aportado al desarrollo de las empresas y a los ritmos cambiantes del entorno.

“La comunicación y la cultura organizacional están relacionadas. El concepto de cultura se ha introducido con fuerza a la jerga de las organizaciones en los últimos años, y cada vez más ligado al de comunicación” (Guzman Paz, 2012).

El equipo ideal en una empresa, estaría liderado por una persona con cualidades, que tenga el poder de movilizar a los equipos hacia un fin común y un grupo de funcionarios que tengan habilidades, donde cada uno las pueda combinar para el buen funcionamiento de la empresa.

Según Guzmán, la comunicación se debe tener en cuenta por todos los integrantes de una organización, teniendo en cuenta el área y los diferentes cargos de la empresa, incluyendo puestos de alto rango y a quienes manejan información importante. Teniendo en cuenta que todos en una organización se relacionan entre sí, es importante mejorar las capacidades, la forma en la que se comunican y adaptarse al constante cambio que se presenta en el entorno. (Guzman Paz, 2012)

Esta teoría tiene palabras claves, las cuales debería tener toda organización y en este caso la empresa Casa del Bordado Frixio, como lo son: la importancia del personal; combinar el proceso de intercambio de información, los medios y los canales ideales para hacerlo; la cultura, ya que va ligada a la comunicación; la importancia de tener líderes que movilicen a los grupos hacia el objetivo común de la empresa y el mejoramiento continuo de la forma en que todos se comunican para que todos puedan seguir una ruta clara.

Teoría de la Planeación

Para Drucker “la planeación estratégica es el proceso continuo, basado en el conocimiento más amplio posible del futuro, que se emplea para tomar decisiones en el presente, las cuales implican riesgos futuros en razón de los resultados esperados; es organizar las actividades necesarias para poner en práctica las decisiones y para medir, con una reevaluación sistemática, los resultados obtenidos frente a las expectativas que se hayan generado”. (Chiavenato, Planeación estratégica, 2017)

La planeación estratégica identifica los recursos potenciales, crea y alinea las capacidades, reconoce las fortalezas y debilidades y establece el conjunto de medidas integradas que se aplicarán para asegurar que la organización alcance los resultados planeados (Chiavenato, Planeación estratégica, 2017).

La planeación es un factor clave para las empresas y en este caso para la empresa Frixio, ya que es importante tener un conocimiento general, tener definidas las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para así saber qué hacer y cómo actuar en situaciones que se presenten y estar preparados para lo que pueda suceder. Es importante que se establezca un orden y control, logrando que no se pierda el hilo de las funciones que se realizan, para que exista una unión de todas sus partes y tener bien definidas las metas.

El objetivo principal de la planeación estratégica es sentar las bases necesarias para las maniobras que permitirán a las organizaciones navegar y perpetuarse, incluso ante las condiciones dinámicas cambiantes del contexto de los negocios que son cada vez más adversas e imprevisibles. (Chiavenato, Planeación estratégica, 2017)

Es importante saber con qué cosas cuenta una empresa, que le hace falta, que se puede mejorar y hacerse preguntas, por ejemplo, que pasa si lo que se planea no sale como se esperaba y así tener una visión panorámica de todas las situaciones, llevando siempre un pie delante, permitiendo alcanzar las estrategias y los objetivos a corto y largo plazo, para establecer y potencializar los resultados esperados.

Planear no es tan solo vislumbrar el futuro, sino más bien es una forma de asegurar la supervivencia y continuidad de los negocios en razón de que se formalizan planes, programas y procedimientos que operan de forma consciente y congruente frente a las eventualidades y las contingencias que se presentan en el día a día de las organizaciones. (Chiavenato, Planeación estratégica, 2017)

Es preciso saber exactamente hacia dónde ir y cómo superar los desafíos que surgen intempestivamente en el viaje. Así, llegar al puerto de destino en el momento correcto constituye la esencia del éxito del viaje. De la misma forma, el resultado empresarial alcanzado constituye la esencia de la planeación estratégica. (Chiavenato, Planeación estratégica, 2017)

Es de recalcar en esta teoría diferentes aspectos que son importantes para la empresa Casa del Bordado Frixio, ya que no cuenta con un plan estratégico de comunicación interna, por esto es de suma importancia que se tengan en cuenta los siguientes aspectos para realizar el plan: recopilar información, utilizar los recursos y herramientas necesarias para la toma de decisiones, gestionar el desempeño del plan, también que todos los directivos y empleados sepan como tomar acciones y como hacerlas, para lograr que todo tenga sentido y no hacer las cosas por hacer, permitiendo desarrollar la estrategia, realizando una medición, reevaluación del plan para posibles mejoras. La planeación estratégica no es rígida y permite

cambiar la dirección de acuerdo a las circunstancias que se vayan presentando, siempre enfocadas a donde la empresa quiere llegar, garantizando que esta siempre se encuentre vigente.

Teoría de las Relaciones Humanas

Se basa en una postura social, donde cuyo énfasis es el desarrollo de los grupos y los individuos. Se recalca la forma en que muchas empresas son ineficaces en resolver sus conflictos, ya que este no se puede separar de las relaciones. (Sandoval Reyes, 2015)

Esta teoría tiene aspectos a recalcar, ya que la empresa Casa del Bordado Frixio no la implementa y es indispensable realizar actividades por parte de los jefes de área para así garantizar los cumplimientos de metas y presupuestos, de la mano con el enfoque al personal, ya que son quienes realizan las labores para que la empresa logre sus objetivos y una buena relación entre todos los integrantes es fundamental.

El enfoque es orientado a que el éxito económico va de la mano con el sentimiento de satisfacción y autorrealización del personal, ya que la empresa es considerada como una gran familia. (Sandoval Reyes, 2015)

Las empresas exitosas son aquellas que integran eficazmente la gestión estratégica con el elemento humano, representado por sus empleados. Son ellos quienes constituyen el núcleo interno de la organización, aportando su labor y habilidades para cumplir con las funciones asignadas y alcanzar los objetivos propuestos.

Se generaron teorías sobre satisfacción, motivación, trabajo en equipo y clima organizacional, los cuales representan nuevos enfoques que ayudaron a modernizar la teoría de la organización al aportar una visión más global e integral de los fenómenos organizativos. (Sandoval Reyes, 2015)

Según la idea del párrafo anterior es necesario que toda empresa tenga la capacidad de ver más allá, enfocarse en los integrantes y lograr que exista unión, sentido de pertenencia, motivación, para que el ambiente laboral sea positivo y se logre un engranaje.

La teoría de las relaciones humanas permitió el paso a entender variables sociales y psicológicas dentro de las organizaciones consideradas como capitalistas y favoreció al progreso de investigaciones orientadas al rol del trabajador en la organización (Sandoval Reyes, 2015).

Es de recalcar puntos claves de esta teoría y tenerlos en cuenta en la empresa Casa del Bordado Frixio: el rol de los trabajadores, ya que son los esfuerzos de un equipo humano los que hacen posible el camino para llegar al logro y es necesario hacer énfasis en esta parte; la productividad individual y el nivel de satisfacción; resolver los inconvenientes y conflictos de la mejor manera y llegar a soluciones en conjunto; lograr y mantener una buena relación entre todos, fomentando la unión, el trabajo en equipo y reconociendo el rol de cada trabajador.

Teoría del Management

La tarea fundamental de la teoría Management sigue siendo la misma: hacer que las personas puedan ser capaces de desarrollar una acción conjunta al darles objetivos comunes,

valores comunes, la estructura correcta, y el continuo adiestramiento y desarrollo que precisan para alcanzar resultados y afrontar el cambio. (Drucker, 1988)

Esta teoría trata diversos aspectos, entre ellos las áreas y procesos de una organización, para su correcto funcionamiento, por medio de una persona o de varias que cumplan la función de líder, para guiar y hacer cumplir los objetivos, así mismo en la empresa Casa de bordados Frixio, se establecen diferentes áreas, cada una con personas idóneas y adecuadas para el cumplimiento de las metas propuestas y de la productividad.

Según Drucker, el Management surgió en países del primer mundo, con una nueva economía y de la mano de una nueva forma de comunicación, cambiando lo que deben realizar los países, para ser parte del éxito y lo que sucede en el entorno económico. (Drucker, 1988)

Esta teoría al igual que la anterior propone dar a los individuos herramientas para el logro de los objetivos, pero con un ingrediente adicional que es prepararlos para el cambio. Esta teoría y el avance en este mundo global ha contribuido al desarrollo de las empresas y a los ritmos cambiantes del entorno.

Porque es el Management lo que explica por qué, por primera vez en la historia del hombre, podemos emplear un gran número de personas " con conocimiento preparadas, en un trabajo productivo. (Drucker, 1988)

En la empresa Casa del Bordado Frixio es importante hacer énfasis en el personal, ya que cada uno en su determinada área es de suprema importancia y realizan tareas que van de la mano con otras, haciendo que todas se entrelacen entre sí.

El Management se ocupa de seres humanos, su cometido es hacer que las personas sean capaces de actuar conjuntamente, hacer que sus fortalezas sean efectivas y sus debilidades irrelevantes. Esto es cuanto pretende la organización, y ésta es la razón por la que el management es el factor crítico y determinante. En estos tiempos, prácticamente todos nosotros estamos empleados en instituciones dirigidas, grandes y pequeñas, con y sin fin lucrativo -y ello es especialmente así en lo que atañe a la gente con estudios. (Drucker, 1988)

Esta teoría tiene puntos importantes a tener en cuenta para la empresa Frixio, como lo son la combinación de los objetivos en común y el trabajo en conjunto; el enfoque en alcanzar resultados de la mano con enfrentar el cambio; mejorar las debilidades y conservar las fortalezas para un buen funcionamiento de la empresa; tener un equipo ideal, compuesto por una persona con cualidades, con el poder de movilizar a los demás hacia un fin común y un grupo de funcionarios que tengan habilidades que se puedan fusionar, para alcanzar los objetivos.

Para realizar el análisis del ambiente interno y externo de la empresa Frixio, se tomaron en cuenta los conceptos de Humberto Serna, como: POAM, MEFE, MEFI, PCI.

POAM: El perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM) es la metodología que permite identificar y valorar las amenazas y oportunidades potenciales de una empresa. Dependiendo de su impacto e importancia, un grupo estratégico puede determinar si un factor dado en el entorno constituye una amenaza o una oportunidad. (Serna Gómez, 2008)

MEFE: Una Matriz de evaluación del factor externo (EFE) permite a los estrategas resumir y evaluar la información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, legal, tecnológica y competitiva (Fred R. David, 2003)

1. Elabore una lista de los factores externos que se identificaron en el proceso de auditoría externa. Incluya un total de diez a 20 factores, tanto oportunidades como amenazas, que afecten a la empresa y a su sector. Haga primero una lista de las oportunidades y después de las amenazas. Sea lo más específico posible, usando porcentajes, índices y cifras comparativas.

2. Asigne a cada factor un valor que varíe de 0.0 (sin importancia) a 1.0 (muy importante). El valor indica la importancia relativa de dicho factor para tener éxito en el sector de la empresa. Las oportunidades reciben valores más altos que las amenazas, pero éstas pueden recibir también valores altos si son demasiado adversas o severas. Los valores adecuados se determinan comparando a los competidores exitosos con los no exitosos, o bien analizando el factor y logrando un consenso de grupo. La suma de todos los valores asignados a los factores deben ser igual a 1.0.

3. Asigne una clasificación de uno a cuatro a cada factor externo clave para indicar con cuánta eficacia responden las estrategias actuales de la empresa a dicho factor, donde cuatro corresponde a la respuesta es excelente, tres a la respuesta está por arriba del promedio.

MEFI: Un paso que constituye un resumen en la conducción de una auditoría interna de la dirección estratégica es la elaboración de una matriz de evaluación del factor interno (EFI). Esta herramienta para la formulación de la estrategia resume y evalúa las fortalezas y las debilidades principales en las áreas funcionales de una empresa, al igual que

proporciona una base para identificar y evaluar las relaciones entre estas áreas. (Fred R. David, 2003)

PCI: El Perfil de Capacidad Interna –PCI-, es un medio para evaluar las fortalezas y debilidades de la organización en relación con las oportunidades y amenazas que le presenta el medio externo. Es una manera de hacer diagnóstico estratégico a una empresa, e involucrando todos los factores que afectan su operación corporativa. (Serna Gómez, 2008)

Con el PCI se busca examinar cinco categorías:

1. La capacidad directiva.
2. La capacidad competitiva (de mercadeo).
3. La capacidad financiera.
4. La capacidad tecnológica (productiva).
5. La capacidad de talento humano.

Para la realización del segundo objetivo que es analizar el sector al cual pertenece la empresa y el análisis de la competencia, se tuvo en cuenta las cinco fuerzas de Michael Porter y a Betancourt para el benchmarking.

Es importante recalcar al autor Fred David, en su libro Conceptos de administración estratégica, ya que de allí sirvió de base con diferentes temas importantes para la presente investigación.

5.3 Marco Conceptual

El marco conceptual se compone de los siguientes conceptos, para la propuesta de un plan estratégico de comunicación interna para la empresa Casa del Bordado Frixio.

Los conceptos que se tomarán en cuenta son: Comunicación interna, cultura organizacional, clima organizacional y estrategia.

Comunicación Interna

La comunicación interna tiene un gran valor y consiste en que su teoría y sus técnicas estén adaptadas en una ética de la persona. No se puede generar una comunicación dentro de la empresa, si quien la genera no tiene en cuenta que los individuos que la integran tienen iguales derechos y dignidad. (García Jiménez, 2006)

La clave es que la comunicación interna contempla al público interno (líneas operativas, mandos medios, gerentes y directores) como primer público destinatario para luego extenderse fuera del entorno de la compañía, unifica significados, proporciona claridad y sentido al trabajo, genera pertenencia y prepara a cada empleado como “vocero” de la organización a la que pertenece. (Brandolini , González Frígoli, & Hopkins, 2009)

La comunicación es un factor clave para las empresas y en este caso para la empresa Frixio, teniendo en cuenta su manejo por medio del control y el orden, con el fin de lograr una misma dirección de las funciones que se realizan, para que exista una unión entre todos.

Los dos conceptos anteriores hacen énfasis en la importancia de las personas que conforman la parte interna de la empresa, a la utilización de la comunicación interna, como forma de generar transparencia, claridad y un enfoque claro.

La comunicación interna es un medio y una herramienta que no se puede sustituir para desarrollar las nuevas competencias que supone el nuevo contrato psicológico, que hoy relaciona a los hombres con las organizaciones: la flexibilidad, la apertura a los cambios, la participación, la innovación, el trabajo en equipo. (García Jiménez, 2006)

La comunicación interna es una de las principales actividades de la organización, pues mediante esos procesos se coordinan las acciones fundamentales que le dan sentido a la organización, se ejecutan tareas, se realizan cambios, se orientan las conductas interpersonales, y se construyen valores. (Oyarvide Ramírez , Reyes Sarria, & Montaña Colorado, 2017)

Según las ideas de los párrafos anteriores, es necesaria la comunicación interna, ya que permite tener la capacidad de ver más allá y tener enfoques en los integrantes de una organización, logrando unión, sentido de pertenencia y motivación, para que el ambiente laboral sea positivo y se logre un engranaje, para que cada uno realice las funciones de la mejor manera.

Con todo esto, puede afirmarse que contar con un buen plan de comunicación interna que se encuentre alineado con la estrategia global de la organización, puede incrementar el compromiso de los colaboradores y su productividad a través de un mejor clima laboral. (Brandolini , González Frígoli, & Hopkins, 2009)

Este concepto da a conocer aspectos sobre las áreas y procesos de una organización, para un funcionamiento correcto, por medio del cumplimiento de la función de líder, que guía y logra cumplir los objetivos, de esta manera, se forman áreas orientadas a un proceso para obtener el producto, recalcando la importancia en la conexión entre sí y que exista una comunicación interna eficaz, para el cumplimiento de las metas propuestas y de la productividad.

Cultura Organizacional

Cultura organizacional puede ser considerada un sistema de significaciones, expresiones, categorías, imágenes, modos de vida, creencias, valores, reglas, normas, procedimientos que son aceptadas pública y colectivamente en el seno de un grupo social, transmitidas a través de las generaciones. (Belalcázar Belalcázar, 2012)

El proceso de formación cultural es en un sentido, idéntico al proceso de formación grupal, en cuanto que la misma esencia de la colectividad o la identidad del grupo, los esquemas comunes de pensamiento, creencias, sentimientos y valores que resultan de las experiencias compartidas y el aprendizaje común, es lo que en última instancia se denomina cultura de ese grupo. Sin un grupo no puede existir cultura y sin la existencia de un cierto grado de cultura en realidad todo lo que podemos es hablar de un agregado de personas y no de un grupo. (Schein, 1988)

Es importante hacer énfasis sobre los dos conceptos anteriores, ya que la cultura se conforma por un conjunto de temas y experiencias generales, tiene también aspectos

individuales, que identifica tanto a las personas, como a la empresa y es de suma importancia que vayan de la mano.

Un buen equipo, estaría conformado por una persona con cualidades, que pueda movilizar a los equipos hacia un objetivo común y un grupo de funcionarios que posean habilidades y aspectos únicos que se puedan combinar para el buen funcionamiento de la empresa.

Lo que la cultura hace es resolver los problemas básicos del grupo respecto a su supervivencia y adaptación en el medio que lo rodea, respecto a la integración de sus procesos internos al objeto de afianzar su capacidad de supervivencia y adaptación.

(Schein, 1988)

Este es uno de los procesos sociales más significativos del hombre, determina su condición y su actuar social, establece sus pautas de comportamiento, pero por sobre todo rige sus esquemas de proceder que de alguna u otra forma van consolidando sus maneras de pensar, sentir y actuar. Desde este punto de vista se puede expresar que el concepto de cultura fija ante todo no el aspecto cuantitativo, sino el cualitativo de la vida social.

(Belalcázar Belalcázar, 2012)

Los conceptos tienen aspectos a recalcar, ya que es indispensable realizar actividades por parte de los jefes de área para así garantizar los cumplimientos de metas y presupuestos, de la mano con el enfoque al personal, ya que son quienes realizan las labores para que la empresa logre sus objetivos y una buena relación entre todos los integrantes es fundamental.

Un punto clave es el rol de los trabajadores, ya que son los esfuerzos de un equipo humano los que hacen posible el camino para llegar al logro y es necesario hacer énfasis en esta parte, junto con la productividad individual, para el análisis del trabajador.

Clima Organizacional

Según Chiavenato el clima organizacional tiene que ver con el ambiente interno entre los integrantes de la organización, corresponde con aspectos de la organización que tienen como resultado la estimulación según la motivación en ellos. Cuando compensa las necesidades personales, se considera que es favorable y cuando las frustra es desfavorable. (Chiavenato, Administración de los recursos humanos, 2011)

Otra perspectiva es según la fundamentación teórica básica sobre el clima organizacional, que se desarrolla a partir de los estudios de Lewin (1951), para quien el comportamiento del individuo en el trabajo no depende solamente de sus características personales, sino también de la forma en que éste percibe su clima de trabajo y los componentes de la organización. (Ramos Moreno, 2012)

Estas dos perspectivas del clima organizacional reflejan que un aspecto importante es la motivación de los trabajadores de cada organización, pues permite generar la necesidad de mejora continua y puede generar un sentido de pertenencia, además es de recalcar que todo depende de la forma en que se perciban los diferentes aspectos internos de la organización. Lo anterior refleja la forma en que las personas trabajan y realizan sus funciones, ya que trabajarán mejor si existe un clima organizacional positivo.

El diagnóstico de clima se hace importante dado que su estudio proporciona información a la organización y a sus directivas sobre las percepciones y actitudes de las personas que la componen, y ayuda en la tarea de buscar un continuo mejoramiento del ambiente y de la productividad. El clima organizacional se encarga del comportamiento humano, por ello se vuelve una estrategia estudiarlo, entenderlo y atenderlo para beneficio de los trabajadores y de toda la organización. (García Solarte, 2009)

Según lo anterior el clima y el ambiente laboral, van de la mano con la productividad, dado que, si se afecta uno, el otro también se verá afectado, por lo tanto, es de importancia después del estudio de estos puntos, realizar un análisis correcto para dar solución, evitar que sigan las falencias, por medio del mejoramiento y apropiación por parte de los integrantes de la empresa.

Estrategia

La estrategia consiste en crear un calce entre las actividades de una empresa. El éxito de una estrategia depende de realizar bien muchas cosas, no sólo unas pocas e integrarlas entre sí. Si no existe un calce entre las actividades, no hay una estrategia distintiva ni mucha sustentabilidad. La estrategia hace que las decisiones sobre lo que no hay que hacer sean tan importantes como las decisiones sobre lo que sí se va a hacer. (Porter, 2011)

Según estas definiciones, en la estrategia es importante que exista una integración para alcanzar los objetivos de la empresa, por medio a la definición de las actividades a realizar, para que exista una sincronía sobre lo que se debe hacer y sobre lo que no. Es importante que

la estrategia este enfocada sobre el tema que se quiere trabajar y que esta sea dirigida e interiorizada por las personas que hacen parte de la empresa.

Las estrategias son los medios por los cuales se logran los objetivos a largo plazo. Las estrategias son acciones potenciales que requieren decisiones de parte de la gerencia y de recursos de la empresa, estas producen efectos en las funciones y divisiones de la empresa y exigen que se tomen en cuenta tanto los factores externos como los factores internos que enfrenta la empresa. (Fred R., 2003)

Es de recalcar en el párrafo anterior, la importancia de vincular un análisis del ambiente interno y externo de la empresa, para de esta manera definir los puntos clave y la forma adecuada para abordar la estrategia por parte de la parte directiva, para que exista un trabajo conjunto en pro del cumplimiento de esta. Es importante integrar todos los aspectos, así como es importante integrar a los funcionarios y que la estrategia sea socializada, para que exista una misma línea de trabajo.

5.4 Marco Histórico – Contextual

El marco contextual sirve para proveer al lector la información necesaria para comprender el contexto en el que se desarrolla esta investigación.

Según Castillo, hace aproximadamente 6.000 años nació el bordado en el antiguo Egipto. Se opinaba que el bordado se utilizaba para eventos distinguidos o ceremonias y distinguir a los sacerdotes y clase alta. Según otros autores su origen es de China, Egipto, Roma, Mesopotamia o Grecia. (Tamayo Abril & Castillo Jara, 2014)

Según lo anterior el bordado ha sido y es un arte que se ha practicado por diferentes partes del mundo, transmitido a diferentes generaciones, siendo este de uso exclusivo en sus inicios y ahora siendo más asequible.

Según Pérez, este tipo de artesanía llegó a la ciudad por comunidades religiosas vicentinas y franciscanas de origen europeo en el siglo XIX, creando las primeras instituciones de educación femenina, con alumnas de clase acomodadas, quienes practicaban en sus casas lo aprendido sobre el bordado, para así transmitir esos saberes; dando paso posteriormente a que las mujeres de clase media aprendieran esos conocimientos junto con actividades del hogar. (Pérez Bustos, 2016)

Como se menciona anteriormente el bordado fue enseñado en instituciones, convirtiéndose en un requisito, lo que generó que muchas personas, en su mayoría mujeres, aprendieran este arte y lo enseñaran a demás personas.

Según Tamayo & Castillo, en el bordado se manejan diferentes gamas de materiales y técnicas, que dan paso a un arte donde las fibras se enlazan con un soporte textil creando

formas, con el objetivo de ornamentar una superficie flexible, dando como resultado, piezas únicas con un valor agregado inigualable. (Tamayo Abril & Castillo Jara, 2014)

El bordado según lo anterior, permite adornar diferentes telas y realizar diferentes productos, permitiendo que las personas puedan expresar sus ideas, recalcando el valor del bordado y su importancia, ya que por medio de este se pueden convertir prendas y accesorios básicos, en piezas inigualables, generando un valor único.

Es importante recalcar según Pérez, que el calado es un elemento esencial para las personas que practican el arte del bordado, ya que este último se elabora sobre una superficie de la tela sin modificar su estructura y el calado modifica la estructura del textil. El calado se identificó con características asociadas al pensamiento matemático, ya que los calados tienden a producir estructuras geométricas y es considerado como la técnica más difícil de realizar, el cual necesita de personas con conocimiento, incluyendo las formas del deshilado, pero la mano de obra ha ido disminuyendo incluyendo al personal joven, por la falta de reconocimiento monetario de esta labor. (Pérez Bustos, 2016)

Según los dos párrafos anteriores, si se habla del bordado se habla del calado, estos dos van unidos, al ser técnicas consideradas de gran valor, realizadas a mano y de forma minuciosa. Cabe recalcar que el calado es una técnica compleja, que requiere de precisión, por sus diseños, con un grado alto de dificultad y el personal para realizarlo se ha reducido y se ha dedicado a trabajos que les permitan tener remuneración monetaria y más oportunidades.

Según Pérez, en los años 80 esta práctica se comienza a fragmentar, ya que era un enfoque que se basaba en espacios domésticos y privados, no era una economía organizada.

En ese año la economía cafetera entra en una crisis que afecta a las familias afectadas, que encuentran una forma de subsistencia por medio del bordado, que fue enseñada a mujeres encargadas de las labores domésticas en sus casas y a presos de la cárcel Las Mercedes, convirtiéndola en una práctica realizada con fines económicos por mujeres y hombres. (Pérez Bustos, 2016)

Según el párrafo anterior, la práctica del bordado estuvo en auge debido a la crisis del pasado, convirtiéndose en un salvavidas para muchas personas y familias, que se refugiaron en este arte para subsistir, lo que conllevó a ser transmitido, por medio de la enseñanza, tanto a hombres, mujeres, ancianos y niños.

Los bordados hacen parte de la cultura de los habitantes del municipio de Cartago Valle del Cauca, una de las empresas pioneras es la Casa del Bordado Frixio, referente nacional e internacional en la cual se va a enfocar la investigación de este anteproyecto.

Almacenes el punto es una unidad de negocio Cartagueña con más de 58 años de trayectoria en el comercio de la ciudad, que nace a través de la experiencia en el comercio de textiles, el mercado de bordados, y el éxito en los créditos, del señor Álvaro Perea y su familia. (Frixio, 2023)

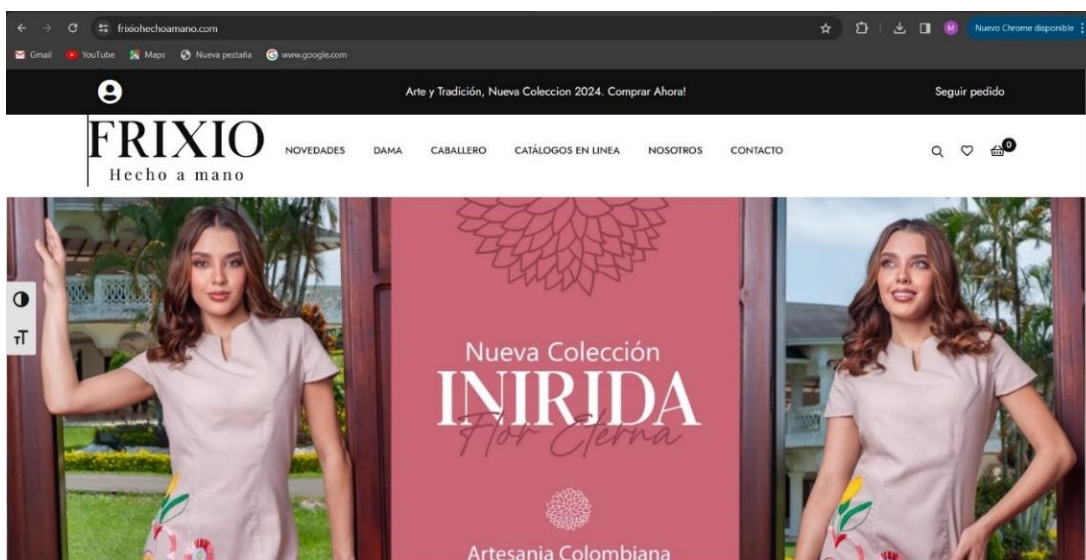
Una de las marcas propias es FRIXIO, empresa reconocida por sus productos fabricados, uno de ellos son las prendas bordadas de excelente calidad. Fue inscrita como Carlos Alberto Perea Cardona en Cámara de Comercio, el 19 de febrero de 1993 bajo el No 19673-1. (Frixio, 2023)

FIGURA 2 Logo empresa Frixio

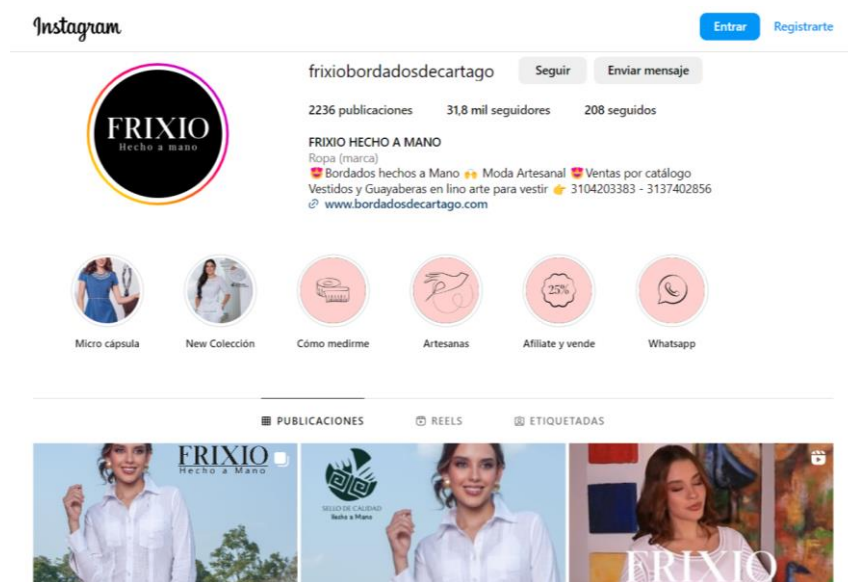
FRIXIO
Hecho a mano

Nota: Fuente empresa Casa del bordado Frixio 2023.

FIGURA 3 Página web Frixio



Nota: Fuente (Empresa Casa del Bordado Frixio, 2023)

FIGURA 4 Instagram Frixio

Nota: Fuente empresa Casa del bordado Frixio 2023.

FIGURA 5 Almacén Frixio

Nota: Fuente elaboración propia 2023.

FIGURA 6 Letrero Empresa Frixio

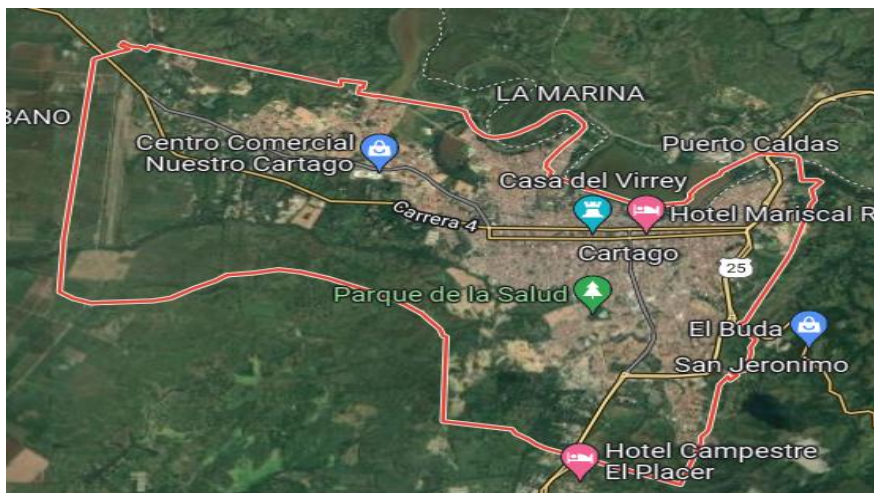


Nota: Elaboración propia 2023

FIGURA 7 Fachada oficinas de Frixio



Nota: Fuente elaboración propia 2023

FIGURA 8 Mapa geográfico del municipio de Cartago Valle del Cauca

Nota: Fuente (Google maps, 2023) Mapa geográfico – municipio Cartago Valle del Cauca

Ubicación:

-Casa del Bordado Frixio, carrera 4 No 1ª-72

FIGURA 9 Ubicación geográfica Casa del Bordado Frixio, Cartago Valle del Cauca

Nota: Fuente (Google maps, 2023) Ubicación geográfica Casa del bordado Frixio – municipio Cartago Valle del Cauca

5.5 Marco Legal

El marco legal sirve de base, para determinar la actividad de la administración de empresas, para tener en cuenta la ciencia y tecnología, el emprendimiento y el apoyo que se le da a los empleos, por medio de leyes, normas que se encuentran vigentes describiendo los aspectos más relevantes.

Tabla 6 *Matriz de impacto legal*

Normatividad	Descripción	Aporte a la investigación
Ley 60 de 1981, artículo 1,2,3.	Por la cual se reconoce la Profesión de Administración de Empresas y se dictan normas sobre su ejercicio en el país.	Considerando la incidencia de la Ley 60 de 1981 en la gestión empresarial, Casa del Bordado Frixio puede beneficiarse al asegurarse de que sus prácticas de comunicación interna estén alineadas con los estándares y regulaciones establecidos por esta ley. Esto implica que la empresa debe garantizar que sus estrategias de comunicación interna cumplan con los principios de transparencia, equidad y respeto a los derechos de los trabajadores, como lo establece la normativa legal. Además, puede ser útil para la empresa contar con un equipo de administradores capacitados y actualizados en cuanto a las disposiciones legales relevantes, lo que contribuirá a una gestión más eficiente y conforme a la ley.
Ley 29 de 1990, mediante los decretos 393, 591 y 585 de 1991	La Ley de Ciencia y Tecnología, es el marco que regula las disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico, y la promoción de empresas basadas en innovación y desarrollo tecnológico.	Basándose en la regulación establecida por la Ley 29 de 1990 y sus decretos asociados, Casa del Bordado Frixio puede aprovechar los incentivos y beneficios fiscales disponibles para empresas que invierten en investigación y desarrollo. Esto podría incluir la participación en programas de financiamiento gubernamental para proyectos de innovación, la colaboración con instituciones académicas y centros de investigación, y la obtención de certificaciones o reconocimientos por su compromiso con la innovación tecnológica. Además, la empresa puede explorar la posibilidad de diversificar su oferta de productos mediante la introducción de diseños y técnicas de bordado innovadoras, impulsadas por la investigación en ciencia y tecnología. De esta manera, Casa del Bordado Frixio puede fortalecer su posición competitiva en el mercado y diferenciarse como una empresa líder en innovación dentro de su sector.

Nota: Elaboración propia 2023

Tabla 7 Continuación Matriz de impacto legal

Normatividad	Descripción	Aporte a la investigación
Constitución política de 1991, artículo 95.	Norma de Normas cuya finalidad es lograr una adecuada relación entre el Estado y los ciudadanos haciendo prevalecer el estado social de derecho.	Considerando la importancia del artículo 95 de la Constitución Política de 1991, Casa del Bordado Frixio puede fortalecer su compromiso con la responsabilidad social empresarial y la participación ciudadana. Esto puede incluir iniciativas como programas de voluntariado corporativo, prácticas laborales inclusivas, y el establecimiento de políticas de transparencia y rendición de cuentas. Al hacerlo, la empresa no solo cumple con las disposiciones legales vigentes, sino que también contribuye al desarrollo sostenible de la comunidad y fortalece su reputación como un actor comprometido con el bienestar social.
Ley 789 de 2002 (extractos)	Dicta normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y modifica algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo	Considerando la importancia de la Ley 789 de 2002, Casa del Bordado Frixio puede beneficiarse al asegurarse de cumplir con las disposiciones legales establecidas en esta normativa. Esto implica garantizar condiciones laborales justas y equitativas para sus empleados, así como proporcionar acceso a los beneficios sociales contemplados en la ley, como la seguridad social, el pago de prestaciones sociales y el cumplimiento de los derechos laborales fundamentales. Al hacerlo, la empresa no solo cumple con las obligaciones legales, sino que también contribuye al bienestar y la satisfacción de sus trabajadores, lo que a su vez puede redundar en una mayor productividad y retención de talento.
Ley 1014 de 2006 artículo 2,7.8, 13.	Fomento a la cultura del emprendimiento	Considerando la importancia de la Ley 1014 de 2006, Casa del Bordado Frixio puede aprovechar las oportunidades que ofrece el ecosistema emprendedor colombiano para fortalecer su posición en el mercado y diversificar sus actividades comerciales. Esto podría incluir la exploración de nuevas líneas de negocio, la colaboración con emprendedores locales, la participación en programas de incubación y aceleración empresarial, y el acceso a financiamiento público y privado para proyectos de innovación y expansión. Al adoptar una mentalidad emprendedora y aprovechar los recursos disponibles, la empresa puede impulsar su crecimiento y competitividad a largo plazo.

Nota: Elaboración propia 2023

En la siguiente matriz se presenta la normatividad que rige a la empresa Casa del bordado Frixio, la cual proporciona las bases y los aspectos más relevantes que determinan el alcance y la naturaleza de la participación política, basados en los principios de la calidad frente al análisis administrativo.

Tabla 8 Matriz de impacto legal Frixio

Normatividad	Descripción	Aporte a la investigación
Política de alcohol, drogas y no fumadores	La empresa CARLOS ALBERTO PEREA CARDONA en desarrollo de Seguridad y Salud en el trabajo, comprometido con la prevención de los riesgos laborales, define su compromiso con la prevención del consumo de sustancias psicoactivas (fármaco dependencia, el alcoholismo y el tabaquismo)	Actualmente y a lo largo del tiempo, en las empresas se está implementando una serie de actividades de prevención de consumo de sustancias psicoactivas, en el cual participan todos los colaboradores, con carácter obligatorio
	Reconoce que el consumo de sustancias psicoactivas es una condición médicamente tratable, en consecuencia, apoyará a sus colaboradores en su tratamiento en coordinación con la EPS a la cual se encuentren afiliados, cuando sea requerido.	Esta empresa de esta manera permite buscar soluciones referentes al consumo de sustancias psicoactivas, suministrándoles un trato respetuoso, confidencial y sin discriminación para que logren recuperar su salud y continuar siendo productivos.
	Prohíbe estrictamente la posesión, distribución, venta o consumo de sustancias psicoactivas dentro de sus instalaciones.	Estas políticas ayudan a las empresas a que se cumplan todas las normas que son legales para el buen funcionamiento de estas y asegurar el cumplimiento de esta política es responsabilidad de todos los colaboradores, jefes de área, contratistas y proveedores.
Política de seguridad y salud	Garantizar un proceso continuo en el sistema de seguridad y salud, que permita a los trabajadores y partes interesadas (clientes, proveedores, colaboradores, contratistas.), promover el mejoramiento de las condiciones de trabajo y la protección de los riesgos laborales de cada actividad.	Esta política proveer un ambiente de trabajo seguro y sano, acorde con los factores de riesgos identificados como prioritarios; a fin de prevenir la ocurrencia de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.
	Cumplimiento de requisitos legales de seguridad y salud y de otra índole, que sean aplicables a las actividades que desarrolla la organización.	Mejora continua en las competencias del personal, para promover actitudes seguras y responsables para el desarrollo de esta política. -Controles y mediciones de gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo que permitan conocer los avances, fortalezas y debilidades que se presenten.
Reglamento de higiene y seguridad industrial	Descripción de la actividad económica según el Decreto 1607 de 2002: Producción y comercialización de prendas de vestir, ventas de textiles, venta de artículos y equipos de uso doméstico, venta de calzado, comercialización de toda clase de materiales y herramientas para el sector público	La empresa se compromete a dar cumplimiento a las disposiciones legales vigentes, tendientes a garantizar los mecanismos que aseguren una oportuna y adecuada prevención de los accidentes de trabajo y enfermedades laborales. La empresa se obliga a promover y garantizar la constitución y funcionamiento del Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo
	Los Factores de riesgos existentes en la empresa, están constituidos de acuerdo con la exposición debido a los procesos o actividades que se realizan en la empresa.	Todas las empresas actualmente tienen un reglamento o proceso que se debe de seguir: riesgos físicos, de seguridad, eléctricos, sociales, público, químicos.

Fuente: Elaboración propia 2023

6. Resultados

6.1 Análisis Ambiente Externo

El análisis externo de la empresa Casa del Bordado Frixio se realiza con las siguientes variables que pertenecen a la matriz PESTA (factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ambientales).

Se utilizarán las herramientas:

Matriz de evaluación de factores externos (EFE) (Cuantitativo): Permite a los estrategas resumir y evaluar la información política, económica, social, tecnológica, ambiental (Fred R. David, 2003).

Perfil de oportunidades y amenazas (POAM) (Cualitativo): Es la metodología que permite identificar y valorar las amenazas y oportunidades potenciales de una empresa. Dependiendo de su impacto e importancia, un grupo estratégico puede determinar si un factor dado en el entorno constituye una amenaza o una oportunidad. (Serna, Gómez, Humberto, 2008)

Factores políticos:

Tabla 9 Legislación laboral

Variable	Clasificación	Comportamiento	Justificación y tendencia	Relación con el sector	Impacto sobre la empresa
Legislación laboral	Amenaza	El Ministerio de Trabajo radicó el pasado 16 de marzo de 2023 ante el Congreso de la República el proyecto de reforma laboral. Después de cuatro borradores del documento y de haber sido concertado en la Comisión Permanente de Políticas Salariales y Laborales. Se consolidó la versión final con 75 artículos, para el cual la cartera recibió propuestas de sindicatos como CUT, CCT y CGT; y gremios como Fenalco, Andi y Acopi. (La República, 2023)	La reforma a la legislación laboral, privilegia a aquellos que trabajan dentro de la formalidad, olvida que en el mercado laboral colombiano hay personas que trabajan en modalidades independientes sin un contrato formal. (La República, 2023) También, Fenalco llama la atención sobre el aumento de costos que implica para los comerciantes respecto a la contratación personal. Para ellos implicaría un alza de entre 30 a 35 por ciento. (Portafolio, 2023)	La reforma no tiene en cuenta los beneficios de la flexibilidad y de ingresos complementarios en los que vive un sector importante del país. (La República, 2023) La industria de las confecciones manifiesta que la reforma podría encarecer los precios de algunas prendas y textiles importados, ya que aumentarían los costos en la contratación de personal, en uno de los segmentos de la industria en los que más mano de obra se requiere. (Portafolio, 2023)	La legislación laboral se considera una amenaza para la empresa Frixio, por las siguientes razones: -Hay varias personas que bordan los productos de la empresa y trabajan como independientes y esto repercute en ellas, ya que no pueden tener acceso a los beneficios e ingresos complementarios, con respecto a las personas que tienen contratos. -Con esta reforma podrían aumentar los costos, la contratación de personas y por consiguiente los precios de los productos.

Nota: Elaboración propia 2023

Tabla 10 *Regulaciones sobre importaciones y exportaciones*

Variable	Clasificación	Comportamiento	Justificación y tendencia	Relación con el sector	Impacto sobre la empresa
Regulaciones sobre importaciones y exportaciones	Amenaza	La nueva norma modificó el arancel a la importación de confecciones de países con los que Colombia no tenga un tratado de libre comercio. Desde el año 2013 se ha implementado un sobre arancel a este sector, sin embargo, se trata de la tarifa más alta que se haya impuesto. (ANALDEX, 2023)	Un aspecto negativo es el decreto 2598 del 23 de diciembre de 2022. que modifica el arancel de aduanas, fijándolo en un 40% para la importación de confecciones de origen nacional (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022).	La nueva norma generará un impacto en las compañías del sector, sino también en el consumidor final, pues eventualmente ese incremento arancelario se verá reflejado en el costo del producto comercializado y podría desencadenar una variación del consumo de vestuario en el país. (La República, 2023)	Las regulaciones sobre importaciones y exportaciones, se pueden ver reflejada como una amenaza para la empresa Frixio, por el costo de la importación y la exportación, traer las telas a veces es complicado y exportarla también y Colombia no es un país que cuente con grandes fuentes de producción de tela como para decir que la empresa se va a abastecer de Colombia. (Rondero Ospina, Análisis ambiente externo, 2023) En Frixio se importan telas de china, insumos para la fabricación de productos, importamos repuestos, maquinarias y se exporta ropa, guayaberas, prendas bordadas. Generalmente con un 19% de IVA y cero de arancel o un arancel de un 10 % o un 5% y sin IVA. (Rondero Ospina, Análisis ambiente externo, 2023)

Nota: Fuente elaboración propia 2023

Tabla 11 Asociaciones y gremios de artesanos

Variable	Clasificación	Comportamiento	Justificación y tendencia	Relación con el sector	Impacto sobre la empresa
Asociaciones y gremios de artesanos	Oportunidad	Artesanías Colombia es una sociedad de economía mixta del orden nacional, sometida al régimen de las empresas industriales y comerciales del Estado, vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (Artesanías de Colombia, 2023)	Se reconocen como organizaciones gremiales de artesanos las siguientes: empresas asociativas, asociaciones, federaciones, confederaciones, cooperativas y demás colectividades de artesanos constituidas o que se constituyan conforme a la ley. Artesanías de Colombia S.A., llevará el registro nacional de artesanos y organizaciones gremiales de artesanos. (En Colombia, 2023)	Su enfoque es fomentar y promocionar el sector artesanal y reconocer los productos creados por nuestros artesanos, a nivel nacional e internacional. (Artesanías de Colombia, 2023)	Las asociaciones de artesanos se pueden ver reflejadas como una fortaleza para la empresa Frixio, porque apoyan socialmente el tema del trabajo artesanal y del trabajo ancestral que se viene haciendo culturalmente, tiene un impacto muy importante dentro de la sociedad y eso hace que el producto tenga un cariño particular entre el consumidor, al mismo tiempo hace que ese cariño particular perdure.

Nota: Fuente elaboración propia 2023

Tabla 12 *Apoyos y beneficios al sector artesanal por medio de leyes y normas*

Variable	Clasificación	Comportamiento	Justificación y tendencia	Relación con el sector	Impacto sobre la empresa
Apoyos y beneficios al sector artesanal por medio de leyes y normas	Oportunidad	El Ministerio de Trabajo ha reconocido 3.000 oficios del patrimonio cultural, las industrias creativas y las artes, por medio del Decreto 654 del 16 de junio de 2021. Este avance, logrado a partir del trabajo liderado por el Ministerio de Cultura, junto al Ministerio de Trabajo, el DANE, el SENA y diferentes representantes del sector, constituye un hito en el campo cultural y sus ocupaciones asociadas. (Artesanías de Colombia, 2021)	Por medio de la ley de Oficios Culturales, se apoya a los artesanos con respecto a sus emprendimientos, educación, formación, trabajo, además certifica, valora y fomenta la transferencia de sus conocimientos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021).	Se establece el marco regulatorio que permitirá fortalecer la valoración social y política de los oficios culturales, así como su desarrollo productivo, su formación y aprendizaje, el trabajo, el emprendimiento y el fortalecimiento de las regiones.	Para la empresa Frixio el apoyo y beneficios al sector artesanal por medio de leyes y normas, genera oportunidad, ya que están a favor de la formación, crecimiento de este sector y además permite impulsarlos, logrando que estos sean visibles en el país y por fuera de este.

Nota: Fuente elaboración propia 202

Factores económicos:

Tabla 13 *Tamaño de mercado de la moda*

Variable	Clasificación	Comportamiento	Justificación y tendencia	Relación con el sector	Impacto sobre la empresa																				
Tamaño de mercado de la moda	Amenaza	<table><caption>Gasto de los Hogares por Grupo en Septiembre 2023</caption><tr><th>Categoría</th><th>Gasto (Billones de pesos)</th></tr><tr><td>Alimento</td><td>\$ 10.84</td></tr><tr><td>Vivienda</td><td>\$ 10.62</td></tr><tr><td>Ropa y Comunicaciones</td><td>\$ 1.75</td></tr><tr><td>Bienestar</td><td>\$ 1.36</td></tr><tr><td>Restaurantes</td><td>\$ 1.02</td></tr><tr><td>Entretenimiento</td><td>\$ 1.77</td></tr><tr><td>Educación</td><td>\$ 1.75</td></tr><tr><td>Moda</td><td>\$ 2.58</td></tr><tr><td>Electrodomésticos</td><td>\$ 0.02</td></tr></table> (Inexmoda, 2023) El tamaño de mercado de la moda en Colombia en septiembre fue de 2,58 billones de pesos, un 4,5% más que en 2022. En términos de reales se registra una caída de 2,03% y un aumento de 6,66% en los precios. Las unidades compradas disminuyeron un 2,0%. (Inexmoda, 2023)	Categoría	Gasto (Billones de pesos)	Alimento	\$ 10.84	Vivienda	\$ 10.62	Ropa y Comunicaciones	\$ 1.75	Bienestar	\$ 1.36	Restaurantes	\$ 1.02	Entretenimiento	\$ 1.77	Educación	\$ 1.75	Moda	\$ 2.58	Electrodomésticos	\$ 0.02	La lenta disminución de la inflación continúa afectando el poder adquisitivo de los hogares, destinando una mayor cantidad de presupuesto a bienes necesarios, lo que ha afectado en parte el consumo de moda. (Inexmoda, 2023)	El 2023 ha sido un año retador para la industria de la moda colombiana. Las históricas cifras que se alcanzaron en 2022 no continuaron este año. Además, el arancel a la importación de prendas de vestir ha contribuido a que incrementen sus precios y afecten el bolsillo de las personas. bolsillo. (Carreño Rojas, 2023)	El tamaño de mercado de la moda para la empresa Frixio, se puede ver reflejada como amenaza, ya que las personas prefieren suplir las necesidades básicas y dejan como una de las últimas opciones la compra de prendas de vestir, lo que puede seguir reflejando una caída.
Categoría	Gasto (Billones de pesos)																								
Alimento	\$ 10.84																								
Vivienda	\$ 10.62																								
Ropa y Comunicaciones	\$ 1.75																								
Bienestar	\$ 1.36																								
Restaurantes	\$ 1.02																								
Entretenimiento	\$ 1.77																								
Educación	\$ 1.75																								
Moda	\$ 2.58																								
Electrodomésticos	\$ 0.02																								

Nota: Elaboración propia 2023

Tabla 14 Inflación

Variable	Clasificación	Comportamiento	Justificación y tendencia	Relación con el sector	Impacto sobre la empresa
Inflación	Amenaza	 (Inexmoda, 2023) La producción y venta de prendas de vestir no ha mejorado en lo corrido del año, puesto que el enfoque de gasto de los hogares ha estado destinado a productos básicos de la canasta familiar y al pago de deudas. Las ventas con tarjetas de crédito han disminuido, lo que es una clara muestra de la reducción en la capacidad adquisitiva de los consumidores. (Inexmoda, 2023)	 (Inexmoda, 2023) Durante 2023, los consumidores han contado con un presupuesto ajustado, por lo que reducir gastos innecesarios y prepararse para costos desconocidos en el futuro es una de las preocupaciones de hoy en día, por lo que muchos de ellos han optado por marcas más baratas y canales de descuento para gastar menos. La lenta disminución de la inflación seguirá afectando el poder adquisitivo de los hogares. (Inexmoda, 2023)	En un contexto de alta inflación, las empresas de moda han tenido que asumir mayores costos de producción desde las materias primas hasta el envío, llevando a un aumento de precios que percibe el consumidor final, no obstante, este traslado de costo no se da en su totalidad debido al riesgo en que pueden incurrir las empresas de que disminuyan aún más el volumen de ventas por los altos precios, lo que ha generado mermas en los márgenes de rentabilidad.	La inflación se puede ver reflejada como una amenaza en la empresa Frixio, con respecto a los precios de las prendas, cuando un país presenta transiciones y problemas económicos. Las prendas de vestir bordadas no son económicas, son costosas y al ser un producto costoso en una sociedad que económicamente está afectada, se pueden ver muy perjudicados.

Nota: Elaboración propia 2023

Tabla 15 Créditos

Variable	Clasificación	Comportamiento	Justificación y tendencia	Relación con el sector	Impacto sobre la empresa
Créditos	Oportunidad	Artesanías de Colombia y el Banco Agrario suscribieron una alianza para beneficiar a los artesanos del país, la cual incluye educación financiera y apoyo a los artesanos interesados en acceder a créditos de fomento para el sostenimiento y reactivación económica de sus unidades productivas. (Semana, 2020)	El 11,1% de las personas que se dedican a la actividad artesanal ha solicitado créditos o préstamos para el desarrollo de su actividad, de los cuales, el 90,6% recibe aprobación (3.192). En el 78,4% de los casos, los créditos o préstamos para el desarrollo de la actividad artesanal son otorgados por bancos o entidades financieras, al 10,7% les otorgó el crédito o préstamo una cooperativa, al 5% otra entidad, al 2,6% un familiar o amigo, al 1,6% un prestamista particular. (DANE, 2020)	Estos artesanos podrían solicitar su crédito sin importar si son independientes (formales e informales) microempresas pequeñas o medianas empresas del sector artesanal. Estas líneas de crédito están destinadas a capital de trabajo para cubrir las necesidades de pago de nómina y proveedores, adquisición de materias primas e insumos, y demás costos y gastos operativos requeridos para reactivar los talleres artesanales. (Semana, 2020)	Los créditos para artesanos pueden considerarse como una oportunidad para la empresa Frixio, porque permiten obtener recursos, resolver emergencias, saldar deudas, permiten un continuo desarrollo, crecimiento y oportunidades en el mercado, empresas dedicadas a la actividad del bordado, como en este caso. Por ejemplo, un descuento del 40%, para acceder a un precio mayorista, es un descuento en general que le pueden dar a cualquier persona.

Nota: Elaboración propia 2023

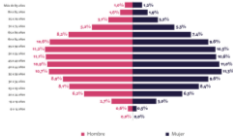
Factores sociales:

Tabla 16 *Gestión Social Integral – GSI*

Variable	Clasificación	Comportamiento	Justificación y tendencia	Relación con el sector	Impacto sobre la empresa
Gestión Social Integral – GSI	Oportunidad	Es importante destacar que la planeación de la entidad para este cuatrienio 2023 – 2026, ha sido formulada a partir de la identificación de necesidades, expectativas y derechos de los grupos de valor; esto a través de diferentes espacios de diálogo y participación, en los cuales se logró la más alta participación de los últimos años. (Artesanías de Colombia, 2023)	Según Artesanías Colombia GSI, es una estrategia que busca fortalecer, promocionar y generar oportunidades para el sector artesanal y toma en cuenta los diferentes problemas sociales de los artesanos, en las 5 regiones, los 32 departamentos del país. (Artesanías de Colombia, 2023)	El año 2023 ha traído grandes retos para la entidad, enfocado en generar un cambio que realmente impacte al sector, pero sobre todo a la persona artesana y sus comunidades desde el SER, bajo el propósito de la entidad de “trabajar por y para el bienestar de los artesanos del país”. (Artesanías de Colombia, 2023)	La Gestión Social Integral puede considerarse como una oportunidad para la empresa Frixio, ya que, por medio de esta estrategia, se apoya al sector artesanal, brindando muchas oportunidades de crecimiento y de mejora a quienes hacen parte de este.

Nota: Elaboración propia 2023

Tabla 17 Relevo generacional

Variable	Clasificación	Comportamiento	Justificación y tendencia	Relación con el sector	Impacto sobre la empresa
Relevo generacional	Amenaza	 (DANE, 2022) El 73,1 %de las 33.558 personas que se dedican al oficio artesanal tiene más de 40 años, y el 29,4% tiene 60 años o más, lo que indica que la actividad artesanal tiene una baja tendencia hacia el relevo generacional. (DANE, 2022)	La mayor parte de las personas dedicadas a la actividad artesanal, aprendieron este oficio a través de la transmisión familiar, lo que revela el carácter tradicional y cultural de la artesanía. Otra forma de aprendizaje se da en sus comunidades de manera autónoma y con otros artesanos, en sus palabras: viendo y haciendo. (DANE, 2022)	 (DANE, 2022) En el 82,6 % de las y los artesanos, manifestaron que el ingreso promedio mensual de sus hogares, por la comercialización de artesanía, es inferior a un Salario Mínimo Mensual Legal Vigente-SMMLV. Del total de personas registradas (33.365), el 50,8 % manifestaron que la artesanía es la principal fuente de ingreso del hogar. (DANE, 2022) Según estas cifras se indica que la actividad artesanal es realizada principalmente por adultos y adultos mayores, obteniendo menos de un salario mínimo por este arte.	El relevo generacional se considera una posible amenaza para la empresa Frixio, ya que esta actividad es realizada en su mayoría por personas mayores y no por jóvenes, poniendo en riesgo este arte y que pueda quedar en el olvido, siendo complejo encontrar personas que lo realicen.

Nota: Elaboración propia 2023

Tabla 18 *Contrabando*

Variable	Clasificación	Comportamiento	Justificación y tendencia	Relación con el sector	Impacto sobre la empresa
Contrabando	Amenaza	Según la revista Semana, el contrabando es un problema primordial en el país, que se debe tener en cuenta y tomar medidas por el gobierno y las autoridades para combatirlo, ya que perjudica a distintos sectores como los textiles. En los sectores de materiales textiles y confecciones se registra el más alto valor de mercancías superior a los \$77.182 millones de pesos, evidenciándose especialmente en las ciudades de Bogotá, Cali, Medellín, Cartagena y Buenaventura. (Semana, 2023)	A pesar de que el sector textil y de confecciones empieza a mostrar mejoría luego de la afectación por los cierres económicos que se han derivado de la pandemia, otro de los problemas que permanece en la industria es el del contrabando. (Fenalco Antioquia, 2023)	Genera una preocupación generalizada del empresariado, por lo que sigue representando el contrabando, dado que es un problema que se mantiene y continúa creciendo incluso desde antes de la llegada de la pandemia. Además, las prendas de vestir y la venta de insumos a precios muy bajos representan una competencia desleal para los comerciantes legalmente constituidos. (Fenalco Antioquia, 2023)	El contrabando se considera una posible amenaza para la empresa Frixio, ya que no permite un desarrollo económico del sector textil, no permite una competencia justa en el mercado, por la diferencia de precios al cual se entraría en una competencia desleal.

Nota: Elaboración propia 2023

Factores tecnológicos:

Tabla 19 Tendencias tecnológicas del sector textil

Variable	Clasificación	Comportamiento	Justificación y tendencia	Relación con el sector	Impacto sobre la empresa
Tendencias tecnológicas del sector textil	Oportunidad	El sector textil presenta diferentes tendencias para este año 2023, enfocadas a el uso de tecnologías sostenibles, la energía solar y eólica; tecnologías como la inteligencia artificial y el Internet; escaneo de cuerpo para crear ropa a medida; implementación de sistemas de seguimiento de inventario para mejorar la eficiencia en la cadena de suministro; tecnologías como la impresión 3D; las ventajas del mundo digital, como las redes sociales y las tiendas en línea. (Econexia, 2023) Las diferentes tendencias tecnológicas del sector textil, permitiendo mejorar los diferentes procesos, simplificar tareas, mejorar la calidad, aumentar la productividad, permiten que las diferentes empresas que hacen parte de este sector tengan un avance, una mejora continua y una adaptación al mundo cambiante.	Actualmente el sector Confección-Textil atraviesa un periodo de intenso cambio y competencia, en el que los mercados en línea, los nuevos modelos de negocio, la escasez de recursos, el cambio climático y los avances tecnológicos le modifican el rumbo. (ANDI, 2020)	Para el sector textil esto representa una gran oportunidad para ponerse a la vanguardia de los avances tecnológicos y de manufactura que implican la incursión en una nueva gama de materiales avanzados, inteligentes y de alto rendimiento, en los que la adopción de procesos confiables, precisos, autónomos y libres de fallas se convierten en una necesidad. (ANDI, 2020)	Las tendencias del sector textil se consideran una oportunidad para la empresa Frixio, que aparte de ser una empresa artesanal, es una empresa de un pueblo pequeño que cuenta actualmente con una transformación digital de sus productos y comercialización que le da un impacto positivo; tecnológicamente cuenta con ciertas maquinarias y ciertos productos que hacen que su producción sea un poco más rápida y un poco más completa.

Nota: Elaboración propia 2023

Tabla 20 Rapidez de la tecnología

Variable	Clasificación	Comportamiento	Justificación y tendencia	Relación con el sector	Impacto sobre la empresa
Rapidez de la tecnología	Amenaza	Tener siempre la tecnología de punta en esta industria es muy difícil porque todos los días aparecen diferentes maquinarias y personas que hacen muchos desarrollos. Es muy difícil conseguir operarias con eficiencia y calidad, ya que hay muchas que no tienen o la experiencia o la actitud”, y no pueden aprovechar las velocidades que ofrece la máquina. (Torrico Silva, 2017)	Gran parte de la falta de competitividad es derivada de este rezago tecnológico, lo que favorece masivamente las importaciones y pone en jaque la industria nacional. (Torrico Silva, 2017) El analfabetismo digital e informático, está presente en el sector artesanal y hace muy difícil su inserción a una economía cada vez más globalizada y digitalizada, donde pueda dinamizar y ampliar la cobertura para la oferta de sus productos. (Artesanías de Colombia, 2023)	El sector artesanal colombiano, esencialmente el artesano como eje fundamental sobre cual gira el sector, es una de las comunidades más deprimidos de la sociedad colombiana. (Artesanías de Colombia, 2023) El país todavía opera con equipos de vieja generación, carece en gran parte de maquinaria automatizada, o asistida por computador, y casi todas son mecánicas. (Torrico Silva, 2017)	La rapidez de la tecnología puede considerarse una posible amenaza para la empresa Frixio, ya que el entorno es cambiante y avanza y no se puede acceder económicamente a todo este tipo de tecnologías nuevas para una industria de confecciones.

Nota: Fuente elaboración propia 2023

Tabla 21 *Ferias en pro a la tecnología*

Variable	Clasificación	Comportamiento	Justificación y tendencia	Relación con el sector	Impacto sobre la empresa
Ferias en pro a la tecnología	Oportunidad	Createx es un encuentro de moda nacional y de los países de la región, es una plataforma para relaciones comerciales, entrada mercados nuevos, para los empresarios nacionales de suministros, textiles, maquinarias, insumos, mayoristas, de bienes y servicios para los confeccionistas, fabricantes, importadores y comercializadores de prendas de vestir. (Createx, 2023)	Createx es un escenario perfecto de encuentro de las empresas de la industria del sistema textil nacional, en el evento se tiene acceso a ofertas y servicios de maquinaria, tecnología, fibras, hilos, telas, insumos, servicios especiales y servicios transversales. (El Tiempo, 2022)	Este es un espacio y momento propicio para seguir fortaleciendo el sector, donde esperamos aprovechar la coyuntura económica internacional, para que Colombia fortalezca su industria nacional y sea este un sector de jalonados de la economía y generador de empleo. La reactivación de este sector ha sido fuerte y se espera que con un nuevo rumbo por parte del gobierno entrante se impulse a la industria nacional. (El Tiempo, 2022)	Las ferias en pro a la tecnología se consideran una oportunidad para la empresa Frixio, ya que permiten generar relaciones, crecimiento económico, mostrarse ante el sector, lo que genera más visibilidad, además es un espacio que permite conocer la nueva tecnología que se emplea en el sector textil.

Nota: Elaboración propia 2023

Factores ambientales:**Tabla 22** *Plan nacional de negocios verdes*

Variable	Clasificación	Comportamiento	Justificación y tendencia	Relación con el sector	Impacto sobre la empresa
Plan nacional de negocios verdes	Oportunidad	La implementación del Plan nacional de negocios verdes, busca incrementar y consolidar los negocios verdes que generan impacto ambiental positivo y empleo verde inclusivo e impulsan el crecimiento verde en Colombia, incentivando el consumo consciente y sostenible. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2022)	El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (Minambiente) desde la oficina de negocios verdes y sostenibles (ONVS) desarrolló en 2014 el Plan negocios verdes, de ahora en adelante PNNV, el cual ofrece lineamientos, instrumentos, incentivos y herramientas para el desarrollo, fomento, promoción y escalamiento de los negocios verdes y sostenibles en Colombia. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2022)	En los último 10 años se ha venido intensificando la exigencia ambiental y social en la economía, lo que ha ampliado el espectro para los negocios verdes, no solo a negocios relacionados con los productos y servicios ambientales, sino a todos aquellos productos, procesos y servicios que desarrollan triple impacto, contribuyendo al cumplimiento de objetivos, en el marco de los compromisos ambientales, sociales y económicos a nivel regional, nacional e internacional. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2022)	El Plan nacional de negocios verdes es una oportunidad para la empresa Frixio, que aparte de ser una empresa artesanal, es una empresa que cuenta con iniciativas en pro a la parte ambiental (como por ejemplo tener empaques biodegradables que ayudan a la conservación y a contrarrestar el impacto negativo) y con estos proyectos se promueven más acciones y un pensamiento consciente para el cuidado ambiental.

Nota: Elaboración propia 2023

Tabla 23 ISO 14001

Variable	Clasificación	Comportamiento	Justificación y tendencia	Relación con el sector	Impacto sobre la empresa
ISO 14001	Oportunidad	La implementación de la NTC ISO 14001 permite: definir y controlar los aspectos e impactos ambientales significativos para el MinCIT; cumplir objetivos y metas para demostrar desempeño ambiental; desarrollar programas de gestión ambiental; establecer la política ambiental de la organización; Mejoramiento Continuo (PHVA). (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023)	Es una norma internacional que define un proceso para controlar y mejorar el rendimiento y desempeño ambiental de una compañía u organización, en este caso el MinCIT. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023)	Esta certificación aporta a la prevención de la contaminación y al cuidado de los recursos naturales; es la evidencia para la comunidad, o cualquier parte interesada, de un sano desempeño ambiental que respalda la imagen del MinCIT; demuestra ante la autoridad ambiental competente el cumplimiento de la normatividad vigente. (Ministerio de Comercio, industria y Turismo, 2023)	La norma ISO 14001 es una oportunidad para la empresa Frixio, ya que es una de las normas que permite tener un comportamiento enfocado en una mejora, por medio de acciones para el cuidado ambiental, que garantiza una prevención y el debido cumplimiento de esta, por ello la importancia de su aplicación.

Nota: Elaboración propia 2023

Tabla 24 Contaminación del sector textil

Variable	Clasificación	Comportamiento	Justificación y tendencia	Relación con el sector	Impacto sobre la empresa
Contaminación del sector textil	Amenaza	El sector textil, dejan huellas negativas en el medio ambiente, teniendo en cuenta la cantidad de riego necesaria en un monocultivo de algodón; los 10 o 20 litros de agua para cada kilogramo de tela que se produce; en algunos procesos hay impactos considerables por los químicos desechados, las emisiones de las máquinas que se utilizan y los residuos sólidos que quedan de la cadena productiva; en la confección de la ropa se producen toneladas de tela desaprovechada por los cortes. (García, 2018)	Las tendencias son las que marcan el ritmo acelerado de la industria textil, la desaforada producción en cantidades masivas de las prendas de vestir produce efectos sumamente riesgosos al medio ambiente. La industria es responsable del 20% del desperdicio total de agua a nivel global. (Ribero Duarte, 2023)	Teniendo en cuenta la Conferencia de la ONU sobre Comercio y Desarrollo en 2019, la industria de la moda es la segunda más contaminante en el mundo después de la petrolera. (Ribero Duarte, 2023)	La contaminación del sector textil, se considera una amenaza para la empresa Frixio, porque pertenece a un sector que tiene consecuencias negativas y notables, que, con cada paso del proceso para la elaboración de la prenda, se generan más daños que se deberían de mitigar.

Nota: Elaboración propia 2023

Matriz evaluación de factores externos (MEFE)**Tabla 25** *Matriz evaluación de factores externos (MEFE)*

MATRIZ EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)			
OPORTUNIDADES	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR POND.
1. Asociaciones y gremios de artesanos	0.06	2	0.12
2. Apoyos y beneficios al sector artesanal por medio de leyes y normas	0.08	3	0.24
3. Créditos	0.05	2	0.1
4. Gestión Social Integral – GSI	0.04	2	0.08
5. Tendencias tecnológicas del sector textil	0.08	4	0.32
6. Ferias en pro a la tecnología	0.07	4	0.28
7. Plan nacional de negocios verdes	0.05	3	0.15
8. ISO 14001	0.05	3	0.15
AMENAZAS	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR POND.
1. Legislación laboral	0.03	2	0.06
2. Regulaciones sobre importaciones y exportaciones	0.08	4	0.32
3. Tamaño de mercado de la moda	0.04	3	0.12
4. Inflación	0.06	4	0.24
5. Relevo generacional	0.07	2	0.14
6. Contrabando	0.05	2	0.1
7. Rapidez de la tecnología	0.06	2	0.12
8. Contaminación del sector textil	0.06	3	0.18
TOTAL			2.72
	Subtotal Oportunidades		1.44
	Subtotal Amenazas		1.28

Nota: Elaboración propia 2023

Factores de análisis**Tabla 26** *Factores de análisis*

OPORTUNIDADES	CALIFICACIÓN
1. Asociaciones y gremios de artesanos	2
2. Apoyos y beneficios al sector artesanal por medio de leyes y normas	3
3. Créditos	2
4. Gestión Social Integral – GSI	2
5. Tendencias tecnológicas del sector textil	4
6. Ferias en pro a la tecnología	4
7. Plan nacional de negocios verdes	3
8. ISO 14001	3
AMENAZAS	CALIFICACIÓN
1. Legislación laboral	2
2. Regulaciones sobre importaciones y exportaciones	4
3. Tamaño de mercado de la moda	3
4. Inflación	4
5. Relevo generacional	2
6. Contrabando	2
7. Rapidez de la tecnología	2
8. Contaminación del sector textil	3

Nota: Elaboración propia 2023.

Análisis e Interpretación MEFE

Por medio de la realización de esta matriz, se evaluó el ambiente externo y los siguientes aspectos: político, económico, social, tecnológico y ambiental, donde se identificaron las oportunidades y amenazas de la empresa Casa del Bordado Frixio de Cartago Valle del Cauca.

Se seleccionaron las oportunidades y amenazas que son importantes para la empresa, evidenciándose un impacto y un peso mayor en el total de las oportunidades con respecto a las amenazas de la empresa Frixio.

La empresa Frixio no tiene una DOFA establecida, lo que repercute negativamente ya que no se tiene claridad sobre las posibles amenazas y oportunidades, como enfrentarlas, hacerles seguimiento y las estrategias adecuadas. Según el análisis realizado se refleja la importancia de las estrategias en una empresa y posteriormente la implementación de un plan estratégico que permita tomar acciones y decisiones.

El resultado de esta herramienta se determinó según el grado de importancia de las variables y la puntuación fue de (2.72), lo que significa que la empresa puede mejorar y sacarles provecho a sus oportunidades y combatir las amenazas que se presentan.

Se debe tener en cuenta la importancia de la implementación y los análisis de diferentes herramientas como estas, para estar al tanto de lo que suceda en el entorno y para determinar la situación en la que se encuentra la empresa con respecto al sector y a los competidores y así tomar medidas pertinentes para mejorar.

Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM)**Tabla 27** Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM)

DIAGNÓSTICO EXTERNO CASA DEL BORDADO FRIXIO									
FACTORES	Oportunidad			Amenaza			Impacto		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
POLÍTICO									
Legislación laboral						X			X
Regulaciones sobre importaciones y exportaciones				X				X	
Asociaciones y gremios de artesanos	X						X		
Apoyos y beneficios al sector artesanal por medio de leyes y normas	X							X	
ECONÓMICO	Oportunidad			Amenaza			Impacto		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Tamaño de mercado de la moda				X				X	
Inflación				X				X	
Créditos			X						X
SOCIAL	Oportunidad			Amenaza			Impacto		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Gestión Social Integral – GSI			X						X
Relevo generacional				X			X		
Contrabando					X			X	
TECNOLÓGICO	Oportunidad			Amenaza			Impacto		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Tendencias tecnológicas del sector textil		X						X	
Rapidez de la tecnología					X			X	
Ferias en pro a la tecnología	X						X		
AMBIENTAL	Oportunidad			Amenaza			Impacto		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Plan nacional de negocios verdes			X						X
ISO 14001		X						X	
Contaminación del sector textil				X			X		
OPORTUNIDADES	Alta					3			
	Media					2			
	Baja					3			
AMENAZAS	Baja					1			
	Media					2			
	Alta					5			

Nota: Elaboración propia 2023.

Análisis del POAM

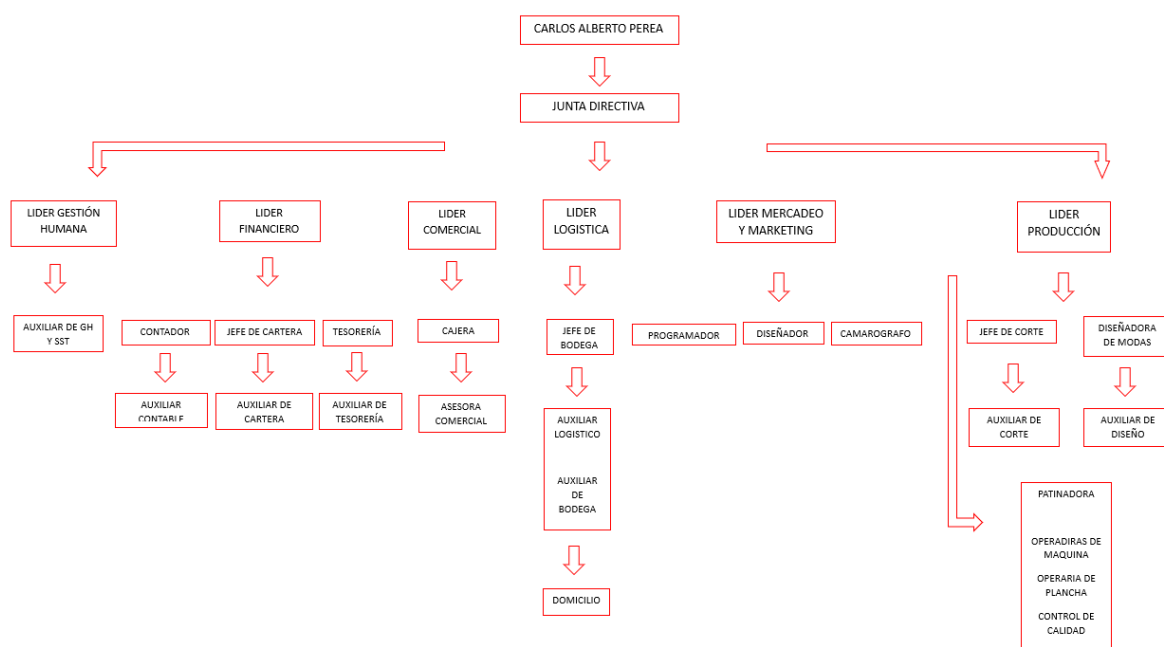
La matriz POAM permite identificar y dar valoración a las amenazas y oportunidades de la empresa, permitiendo un análisis del entorno, ya que es cambiante y establecer estrategias acordes a las situaciones y necesidades que se presenten.

Los resultados tanto de las oportunidades como amenazas, arrojaron la opción de calificación media, lo cual refleja el impacto que tienen en la empresa y la importancia de establecer mejoras y tener definidas las medidas que se pueden tomar para prever cualquier situación, para que el impacto no sea negativo. Es de recalcar que es importante entender lo que sucede alrededor y el sector al cual pertenece la empresa, para que el plan estratégico de comunicación interna sea el adecuado.

6.2 Análisis Interno

Se darán a conocer los factores internos que se identificaron en el proceso de trabajo de campo, el análisis de dichos factores permite clasificarlos como debilidades o fortalezas, generando para la organización, información relevante en la construcción de herramientas para el mejoramiento continuo.

FIGURA 10 Organigrama



Nota: Fuente empresa Casa del Bordado Frixio 2023

Áreas de la Empresa Cada del Bordado Frixio:

Se realizó una descripción de las áreas de la empresa Frixio, las cuales son las siguientes:

Gerencia-dirección: Esta área la componen cinco personas, con los siguientes cargos: el gerente general, representante legal, subgerente y gerente administrativo, además de una secretaria. Teniendo en cuenta que Casa del bordado Frixio tiene como producto las prendas bordadas y caladas, esta área se encarga de realizar las estrategias, los puntos para tener en cuenta y alcanzar los objetivos.

Las personas que conforman esta área están en la cima del organigrama, se encargan de indicar el norte y la dirección que debe de seguir cada área en pro del objetivo general, además, dirigen, motivan y toman decisiones. Es de recalcar que esta es una empresa familiar. También hay personas que no están directamente vinculadas con la empresa, un asesor jurídico, un revisor fiscal y un asesor que es ingeniero.

Contabilidad: Esta área está compuesta por seis personas, un jefe de contabilidad, auxiliar contable, un jefe de cartera, auxiliar de cartera, tesorería y un cobrador. El área de contabilidad de esta empresa se encarga del presupuesto, recursos económicos, el estado financiero, los registros. Además, se encargada de revisar cifras, finanzas de la empresa, evaluar los precios, los costos de venta, producción, fabricación, los materiales, costear todo lo relacionado a las prendas bordadas y caladas. Incluye además funciones de cartera, tesorería y cobro.

Las personas de esta área están al tanto del entorno de la situación económica, analizan y sacan conclusiones para la toma de decisiones, también tienen un panorama amplio sobre los mercados financieros contables, factores internos externos que pueden llegar a perjudicar a una empresa para tomar las medidas adecuadas, ya que esta empresa vende sus productos en diferentes países.

Administración: Esta área la conforman un administrador y un auxiliar, encargados del área administrativa, va de la mano con el área de contabilidad, ya que se encarga de la estructura administrativa y de la parte económica. También planifican, controlan, organizan, dirigen, los diferentes recursos de una empresa, recursos humanos, financieros, tecnológicos y humanos.

Una de las funciones principales en esta área, es la realización de planes estratégicos y tácticas, ya que Casa de bordado Frixio, es una empresa que en el mercado nacional e internacional se ha posicionado.

Comercio exterior: Comercio exterior se compone de una persona, quien es la jefe de esta área, esta se encarga de las diferentes relaciones e intercambios con las personas y países con las que la empresa establece algún tipo de relación, negociación, manejando las importaciones y exportaciones.

Es un comercio fuera del país donde se radica el manejo de diferentes economías, según las normativas, teniendo en cuenta la entrada y salida de productos lo que genera flujos en la empresa.

La persona de esta área debe de generar estrategias y tácticas para satisfacer la demanda de los consumidores y mostrar lo mejor ya que es la cara de la empresa en el exterior.

Recursos humanos: Esta área está compuesta por dos personas, la jefe y la auxiliar, también por una persona externa que se encarga de dirigir y establecer unas tareas semanales a las dos personas que componen esta área en la empresa.

En esta área de la empresa se encargan de lo relacionado con el bienestar, tanto de la organización como de los funcionarios, velan porque todo esté correctamente bien, por cualquier solicitud que tenga un funcionario, porque todo lo de ley esté correctamente bien, se encargan también de los procesos disciplinarios, del personal, de realizar el proceso de entrevista, contratos, selección de personal.

Es un área importante, ya que es una empresa con diferentes áreas y un personal amplio, por lo que se encarga también de la cultura, clima y ambiente organizacional.

Comercial: Esta área se compone de cuatro personas, asesores comerciales, cajeros y vendedores, quienes se encargan de las diferentes operaciones comerciales y de ventas, estrategias para promover los diferentes productos, como prendas de vestir bordadas.

Toman en cuenta la captación de clientes, la creación de una conexión con ellos, para lograr crecimiento en la empresa, lo que va unido con la marcación del ritmo en producción, garantizar también nuevos mercados.

Un propósito claro que tienen es mantener buenas relaciones entre la empresa y los clientes, desarrollar un excelente equipo de vendedores motivados, con sentido de pertenencia, para un crecimiento, tener establecidas metas y formar estrategias para mejorar la atención al cliente, promocionando a la empresa. Manejan atención presencial y por medio de chats.

-Área de mercadeo y marketing: Esta área en la empresa recibe el nombre de Algoritmia, compuesta por un jefe de mercadeo, un fotógrafo, diseñadores, editores y programadores, siendo en total cinco personas. Además, se encarga de las diferentes estrategias sobre posicionamiento del producto en el mercado, la creación de una comunicación con el cliente al emitir mensajes sobre las características y los factores diferenciales de las prendas de vestir bordadas y caladas de Frixio.

Manejan medios de comunicación diversos, por medio de la utilización de contenido audiovisual, de acuerdo con el público objetivo de la empresa, también realizan una investigación de mercado, un análisis del producto con respecto a los competidores.

Producción: Esta área la componen alrededor de 35 personas, con los siguientes cargos: jefe de producción, jefe de corte, auxiliar de corte, diseñadora de modas, auxiliar de diseño, patinadoras, operarias de máquinas, operarias de planchas, control de calidad.

Esta área es fundamental en la empresa, encargada de la transformación de los recursos o materias primas en el producto final que son las prendas de vestir bordadas y caladas que son los que llegan al cliente. Esta área realiza un proceso que consta de diferentes etapas, incluyendo el análisis y control de los productos fabricados y la calidad de este, como también programar, coordinar y ejecutar la producción y la calidad del producto solicitado por el cliente teniendo en cuenta el presupuesto y los tiempos establecidos.

Sin la labor de este departamento, Frixio no tendría razón de ser, se tiene el equipo y los funcionarios necesarios, que van de la mano con una adecuada planificación de las fases de producción. La eficiencia es un aspecto fundamental, ya que se debe tener un inventario en un tiempo estimado de duración, para minimizar los costos y maximizar los beneficios

empresariales.

Esta área de producción de la empresa va ligada con facturación, despacio y bodega, este último donde se almacena el producto para después ser llevado a los diferentes almacenes y así será entregado.

Herramientas:

Matriz de evaluación de factores internos (EFI) (cuantitativo): Esta herramienta para la formulación de la estrategia resume y evalúa las fortalezas y las debilidades principales en las áreas funcionales de una empresa, al igual que proporciona una base para identificar y evaluar las relaciones entre estas áreas. (Fred R. David, 2003)

Perfil de capacidad interna (PCI) (cualitativo): El Perfil de Capacidad Interna –PCI-, es un medio para evaluar las fortalezas y debilidades de la organización en relación con las oportunidades y amenazas que le presenta el medio externo. Es una manera de hacer diagnóstico estratégico a una empresa, e involucrando todos los factores que afectan su operación corporativa. (Serna, Gómez, Humberto, 2008)

Fortalezas:

Talento humano: La empresa Casa del bordado Frixio, cuenta con un personal capacitado y calificado, con habilidades y competencias para la realización de todas las labores en cada área, es por esto que al ser una empresa tan grande los miembros de la organización deben de saber todo lo necesario para su debido funcionamiento.

Organigrama definido: Es importante que cada persona que es parte de la empresa, tenga claro las funciones que va a realizar y más si se trata de una empresa que fabrica, importa y exporta, por eso Frixio cuenta con un organigrama el cual está compuesto de manera jerárquica, donde se visualiza el flujo de la información de la organización.

Buen posicionamiento en el mercado: La empresa Casa del Bordado Frixio se caracteriza por tener una amplia trayectoria en el mercado, por ser una de las empresas líderes en la comercialización de prendas bordadas a mano, sus productos son de excelente calidad, con diseños exclusivos, innovadores, manteniendo la esencia y tradición del bordado Cartagueño, lo cual hace que esta empresa tenga un buen posicionamiento en el mercado.

Adecuada infraestructura: Toda empresa debe contar con una adecuada infraestructura para la realización de las diferentes funciones, es por esto que la empresa Frixio cuenta con maquinaria, equipos y todas las herramientas de trabajo necesarias para la elaboración y fabricación de sus productos, para así poder obtener mayor eficiencia y productividad.

Portafolio de productos: El portafolio está controlado por un catálogo que se saca mensualmente con 20 prendas de mujer y 20 prendas de hombre, se sacan 4 catálogos al año y esos 4 catálogos son los que se sostienen todo el año, ese es el brochure y la forma de comercializarlo se maneja única y exclusivamente desde internet, redes sociales, campañas, publicidad paga y pauta.

Localización: La ubicación es una de las fortalezas de esta empresa, ya que se encuentra en una de las zonas donde están varios establecimientos de bordado y además es una zona central que está cerca de la vía principal y en una de las entradas al municipio.

Identidad corporativa: La empresa Frixio es una empresa reconocida no solo en Cartago, sino también en el departamento y en el país, ya que es un referente de los bordados y su identidad corporativa hace que las personas tengan presente a la empresa, lo que la convierten en una empresa fácil de identificar a la hora de referirse a las prendas bordadas a mano y a máquina.

Debilidades:

Falta de comunicación: La comunicación en una empresa es de vital importancia para que todas las personas estén enteradas de lo que sucede día a día, es por esto que la empresa Frixio no cuenta con una comunicación adecuada, ni canales apropiados para transmitir los mensajes, tanto a nivel interno como externo, los funcionarios no tienen conocimiento de lo que se realiza en las diferentes áreas de la empresa, generando así que cada persona trabaje y se enfoque en sus propias funciones, sin interactuar ni relacionarse con las personas de las demás áreas. De acuerdo con lo anterior la falta de comunicación interna es una de las principales falencias que se detectaron en esta empresa, es por esto que este es el tema fundamental para la realización de este trabajo.

Mal manejo de los inventarios: Los clientes son la razón fundamental para que una empresa funcione, es por esto que es importante que se tenga claro la cantidad de prendas, las tallas, los diseños, los colores entre otros. La empresa Frixio no cuenta con un buen

manejo de los inventarios de los productos, ya que, por la falta de comunicación en las diferentes áreas, no se está al tanto de los cambios que se realizan a la hora de subir un producto a la página web o en el almacén, siendo así que muchas veces los clientes preguntan por un producto y a la hora de responderles no tienen claro la disponibilidad del mismo.

Poca relación entre los funcionarios: En toda empresa es importante que haya un buen ambiente y clima laboral, para que todo fluya de la manera correcta y en armonía. En la empresa Frixio no se tiene casi en cuenta este tema, ya que cada persona se enfoca en sus labores y a pesar de que todas las personas se encuentran trabajando en un mismo espacio, no se conocen entre si, se daban cuenta que trabajaban allí por la camiseta y el logo de la empresa. Esta debilidad es otra de las falencias que se detectó en la empresa y este es uno de los puntos que se abordará en esta investigación.

Inconvenientes en el manejo de recursos monetarios: Los recursos son esenciales para que una empresa pueda funcionar, en el caso de la empresa Frixio, algunas veces no se cuentan con un buen manejo de recursos necesarios, ya que hay momentos en los que las ventas bajan y se disminuye el presupuesto necesario para comprar, también afecta la situación del país, los precios elevados, afectando el mercado y los insumos. Se fija la producción por oferta en los productos que se manejan, teniendo en cuenta que no es un producto de primera necesidad se debe salir al mercado, crear la oferta y necesidad para que el cliente compre, nosotros creamos la oferta.

Poca involucración de la gerencia: En toda empresa la gerencia es de vital importancia, ya que es la cabeza de la empresa, es por esto que es responsable de liderar y de cumplir todos los objetivos. En la empresa Frixio en muchas ocasiones hace falta claridad de que es

lo que se quiere para la empresa y transmitirlo a los líderes, para que todos estén enterados de lo que sucede y de la ruta a seguir, ya que existen canales por los cuales todos se comunican: informes, WhatsApp, correos. Aquí también es un tema organizacional y de liderazgo, no existe una estructura de operaciones que brinden los lineamientos requeridos.

La gerencia tiene dos anillos, hay un primer anillo que son los administrativos quienes trabajan un poco más de la mano con la gerencia y tienen comunicación directa con ellos; el segundo anillo es la parte de las operarias, personal de las tiendas y para comunicarse con la gerencia se sigue el conducto regular, primero se informa a los administrativos y ellos transfieren esa información a la gerencia. Para que la gerencia tenga una comunicación directa con todo el personal, tiene que ser sobre una situación o asunto muy grave.

Falta de motivación: Este es un aspecto considerado como una de las debilidades en la empresa, por la falta de apoyo, incentivos, inequidad, puesto que el enfoque de la empresa es la fabricación y producción de las prendas bordadas y hay aspectos que se dejan atrás. Está asociada al sistema de reconocimiento de la organización, la manera que se abordan los retos y como se estimula al personal.

Falta de personal especializado en el proceso de calidad: La empresa Frixio no tiene una persona especializada en el proceso de calidad y proceso de revisión de la prenda final, ya que se han abierto vacantes pero las personas postuladas no cumplen con los requisitos necesarios para este puesto. La persona que está actualmente encargada para la revisión de los productos, es una persona que aprendió empíricamente y tiene conocimientos sobre calidad y por ello ocupa el cargo.

Matriz Evaluación de Factores Internos (MEFI)**Tabla 28** *Matriz evaluación de factores internos (MEFI)*

MATRIZ EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)			
FORTALEZAS	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR POND.
1.Talento humano capacitado	0.06	4	0.24
2.Organigrama bien definido	0.05	3	0.15
3.Buen posicionamiento en el mercado	0.07	4	0.28
4.Adecuada infraestructura	0.06	3	0.18
5.Portafolio de productos	0.06	3	0.18
6.Localización	0.05	3	0.15
7.Identidad corporativa	0.05	3	0.15
DEBILIDADES	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR POND.
1.Falta de comunicación	0.09	2	0.18
2.Manejo ineficiente de los inventarios	0.06	1	0.06
3.Las personas no se conocen entre sí	0.09	2	0.18
4. Situación financiera débil	0.05	1	0.05
5.Poca involucración de la gerencia	0.03	2	0.06
6.Falta de motivación del personal	0.09	2	0.18
7.Falta de personas especializado en el proceso de calidad.	0.03	1	0.03
TOTAL			2.07
	Subtotal Fortalezas		1.33
	Subtotal Debilidades		0.74

Nota: Fuente elaboración propia 2023.

Análisis Interpretación MEFI

Por medio de la realización de esta matriz, se evaluó el ambiente interno de la empresa Casa del Bordado Frixio, donde se asignó una calificación correspondiente a cada fortaleza y debilidad, según la importancia que posee.

El resultado de esta herramienta se determinó según el grado de importancia de las variables y la puntuación fue de (2.07), lo que significa que las fortalezas fueron mayores, se pueden seguir potencializando, ya que son aspectos que son tenidos en cuenta por la empresa, las cuales son: talento humano, posicionamiento en el mercado, portafolio de productos, los cuales obtuvieron calificaciones altas.

Es importante recalcar que la empresa tiene un ambiente interno en el que priman las siguientes debilidades: falta de comunicación, las personas no se conocen entre sí, poca involucración de la gerencia, falta de motivación del personal, siendo temas que se deben de tener en cuenta para mejorar, ya que encierran el tema de la presente investigación y algunas de sus causas y efectos.

Se debe tener en cuenta la importancia de la implementación y los análisis de diferentes herramientas como estas, para estar al tanto de lo que suceda en el ambiente interno y para determinar la situación en la que se encuentra la empresa con respecto a los temas mencionados anteriormente, haciendo énfasis en la comunicación y así tomar medidas, para disminuir las falencias y mejorarlas.

Perfil Capacidad Interna (PCI)**Tabla 29** Perfil Capacidad Interna (PCI)

DIAGNÓSTICO PCI CASA DEL BORDADO FRIXIO									
CAPACIDAD DIRECTIVA	Fortaleza			Debilidad			Impacto		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Falta de comunicación				X			X		
Poca involucración de la gerencia					X		X		
Organigrama bien definido		X						X	
CAPACIDAD COMPETITIVA	Fortaleza			Debilidad			Impacto		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Buen posicionamiento en el mercado	X						X		
Portafolio de productos	X						X		
Localización		X						X	
Identidad corporativa	X						X		
CAPACIDAD FINANCIERA	Fortaleza			Debilidad			Impacto		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Mal manejo de los inventarios						X			X
Inconvenientes en el manejo de recursos monetarios						X			X
CAPACIDAD TECNOLÓGICA	Fortaleza			Debilidad			Impacto		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Adecuada infraestructura		X						X	
CAPACIDAD DEL TALENTO HUMANO	Fortaleza			Debilidad			Impacto		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Talento humano	X						X		
Las personas no se conocen entre sí				X			X		
Falta de motivación					X			X	
Falta de personas especializado en el proceso de calidad.						X			X
FORTALEZAS	Alta						4		
	Media						3		
	Baja						0		
DEBILIDADES	Baja						3		
	Media						2		
	Alta						2		

Nota: Elaboración propia 2023.

Análisis Perfil Capacidad Interna (PCI)

Por medio de la realización de esta herramienta se evaluó en el ambiente interno, las fortalezas y debilidades, con respecto a las siguientes capacidades las cuales son: directiva, competitiva, financiera, tecnológica y talento humano, de la empresa Casa del Bordado Frixio de Cartago Valle del Cauca.

El grado en el que sitúan las fortalezas y debilidades se pueden determinar por medio del PCI, clasificándolas en niveles altos, medios y bajos, dando como resultado un mayor impacto en las debilidades, teniendo un ambiente interno con muchas falencias, lo que conlleva al tema principal de esta investigación y a la importancia de un plan estratégico de comunicación interna para la empresa Casa del Bordado Frixio.

Es de recalcar la importancia de estas herramientas y el uso continuo que se le deben de dar, para así analizar constantemente los aspectos internos de la empresa y tener medidas para su debido funcionamiento, seguimiento y control, para encaminar a la empresa hacia los objetivos propuestos.

Se realizaron encuestas a una muestra de 33 funcionarios de diferentes áreas de la empresa Casa de Bordado Frixio, con base a los temas encontrados como falencia de este trabajo, una de ellas se encuentra en el Anexo No. 1 del presente trabajo y la otra encuesta es la siguiente:

Encuesta

1 ¿Qué percepciones tiene usted sobre el ambiente y clima organizacional de Frixio?

Tabla 30 *Percepciones ambientes y clima organizacional*

Comentarios	Cantidad	Porcentaje
Positivos	18	60%
Negativos	12	40%

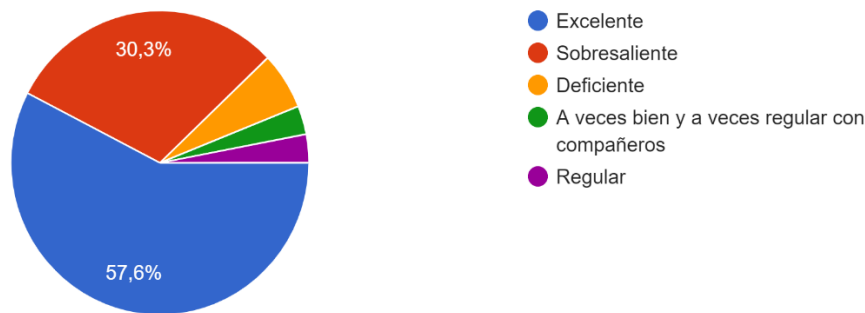
Nota: Fuente elaboración propia 2023.

Las percepciones sobre el clima y ambiente organizacional de Frixio, en su mayoría fueron positivas, algunos expresaron su comodidad, la tranquilidad trabajando en la empresa, el buen clima y lo agradable que es el trabajo.

Sin embargo, también hay opiniones negativas, como la falta de trabajo en equipo para un buen rendimiento, el estrés que se maneja, recalcaron que se puede mejorar la comunicación, solución de problemas, la relación con los jefes. Es importante hacer énfasis en estos temas, teniendo en cuenta que el ambiente y clima de una empresa son factores importantes para tener un buen rendimiento y productividad, ya que los funcionarios son motor de la empresa.

2. Cómo calificaría la relación con sus jefes y compañeros

FIGURA 11 *Calificación relación con jefes y compañeros*

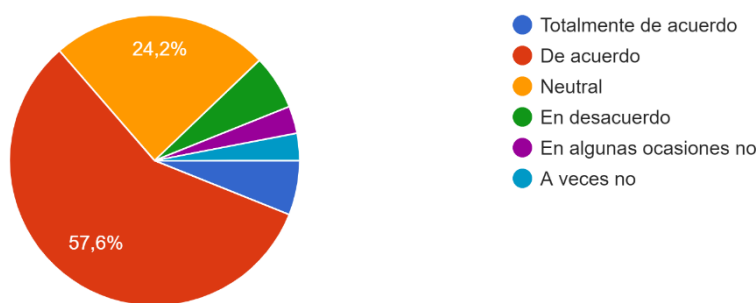


Fuente: Elaboración propia 2023

Se evidencio que el 57,6% de las personas encuestadas tienen una excelente relación con los jefes y compañeros, el 30,3% tienen una relación sobresaliente y el resto de los porcentajes están divididos en deficiente, regular, a veces bien y a veces regular. Según lo anterior, se debe tener en cuenta potencializar los otros resultados, para generar una mejora en la relación con sus jefes, compañeros de trabajo.

3. ¿Está usted de acuerdo con la asignación de funciones en su trabajo?

FIGURA 12 *Opinión sobre asignación de funciones*



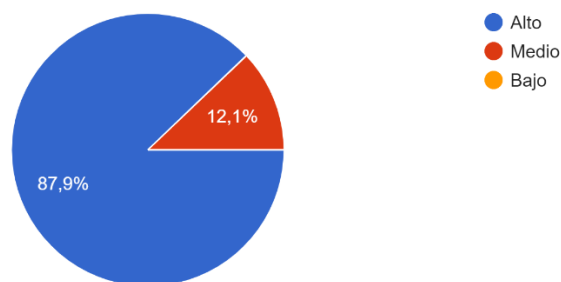
Nota: Fuente elaboración propia 2023

Se evidenció que el 57,6% está de acuerdo con la forma de trabajo de la empresa, el 24,2% neutral, el 6,1% está totalmente de acuerdo y el otro 6.1% está de desacuerdo.

Esto quiere decir que se debe hacer un enfoque en la asignación de funciones, las áreas de la empresa, para que no se vea afectado el rendimiento y productividad.

4. Su sentido de pertenencia con la empresa es:

FIGURA 13 *Sentido de pertenencia*



Nota: Fuente elaboración propia 2023

El 87,9% manifestó que su sentido de pertenencia es alto y el 12,1% con un sentido de pertenencia medio, no se obtuvo respuesta con la opción bajo. Es importante que este porcentaje del sentido de pertenencia alto se mantenga, para así preservar el ánimo, la motivación y el rendimiento.

5. ¿Cree que sus compañeros están integrados y se unen para solucionar un problema?

FIGURA 14 Opinión sobre integración y unión de compañeros

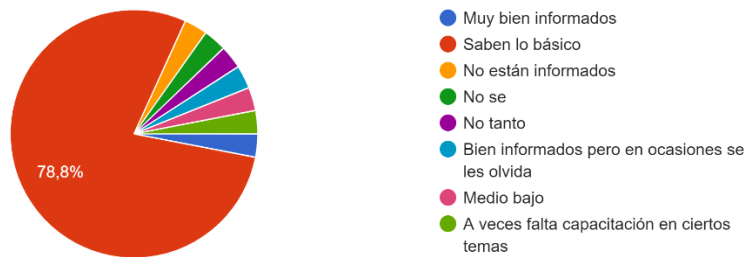


Nota: Fuente elaboración propia 2023

En esta pregunta las respuestas están muy divididas, el 48,5% manifestó que todos son unidos, el 15,2% manifestó que cada uno por su lado y con respecto al resto de las respuestas se evidencio que no hay unión. Es fundamental que en toda empresa los compañeros estén integrados, se unan para solucionar un problema y en este caso se debe fomentar la unión y las opiniones favorables al respecto.

6. ¿Qué tan informados cree que están sus compañeros sobre la misión, visión y objetivos de la empresa?

FIGURA 15 Conocimiento sobre misión, visión y objetivos



Nota: Fuente elaboración propia 2023

Como se puede evidenciar el 78,8% de los funcionarios saben la información básica de la empresa, las otras siete opciones con un porcentaje cada una del 3% indican en su

mayoría desconocimiento y reflejan que no están informados adecuadamente. La misión, visión y objetivos de una empresa, son una base fundamental y todos los integrantes deben de conocerlo, es importante que estos temas sean de conocimiento general en esta empresa.

7. ¿Con qué regularidad recibo información de lo que pasa en la empresa?

FIGURA 16 *Opiniones de la regularidad con que reciben información*

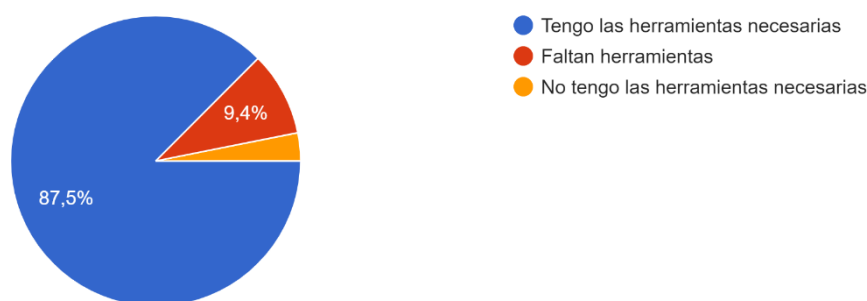


Nota: Fuente elaboración propia 2023

De las personas encuestadas un 21,2% recibe información todos los días, el 18,2% una vez por semana, el 18,2% una vez al mes, con un 6,1% la opción nunca y las otras 10 opciones cada una con un 3%. Lo anterior da a conocer que no existe una opinión concreta sobre la regularidad de la información, lo que influye en el mejoramiento de la comunicación interna.

8. ¿Tiene las herramientas necesarias para desempeñar sus funciones en la empresa?

FIGURA 17 *Herramientas para realizar las funciones*

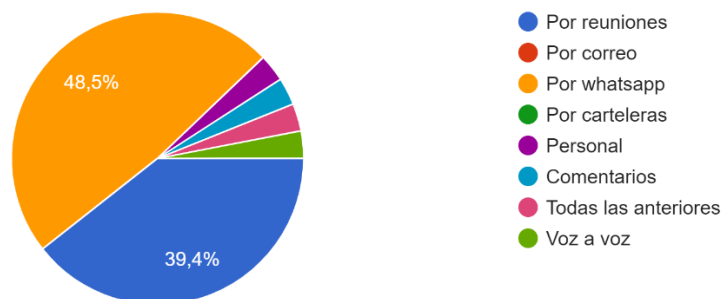


Nota: Fuente elaboración propia 2023

Según la gráfica el 87,5% tiene las herramientas necesarias para desempeñar las funciones en la empresa, a el 9,4% les falta herramientas y el 3,1% no tiene las herramientas necesarias. Lo que influye en la correcta implementación de las herramientas para cada área y persona, ya que cuentan con los adecuado para trabajar y desempeñar de manera adecuada sus cargos.

9. De qué manera se transmite la información en la empresa

FIGURA 18 *Manera en que la empresa transmite la información*



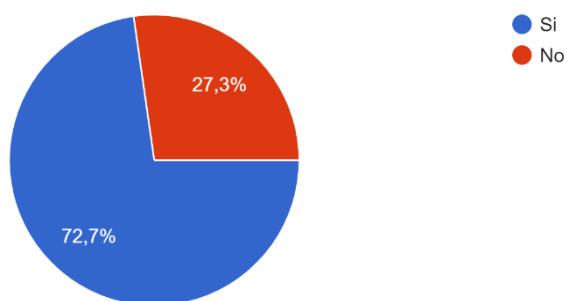
Nota: Fuente elaboración propia 2023

El 48,5% de los encuestados expresaron que la información de la empresa se transmite por WhatsApp, el 39,4% se transmite por reuniones, el resto de opiniones están divididas.

Es necesario en una empresa utilizar los medios de comunicación necesarios y hacer un adecuado uso de ellos, para que todos reciban la información que se quiere transmitir.

10. ¿Todas las áreas se comunican entre sí?

FIGURA 19 *Comunicación entre las áreas*

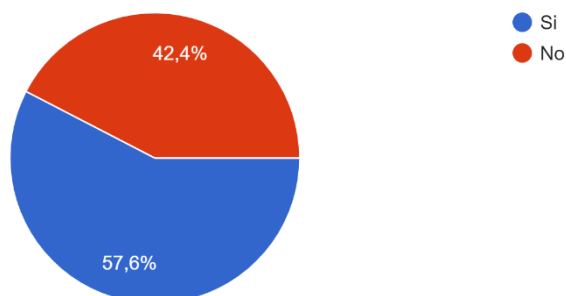


Nota: Fuente elaboración propia 2023

El 72,7% indicó que todas las áreas se comunican entre sí y el 27,3% indicó que no se comunican entre sí, lo que refleja que existe una comunicación base que se puede mejorar y potencializar, para lograr una comunicación efectiva entre todos los funcionarios.

11. ¿Sabe cuántas áreas tiene la empresa?

FIGURA 20 *Áreas de la empresa*

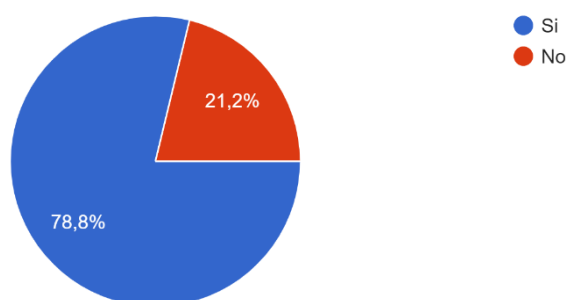


Nota: Fuente elaboración propia 2023

El 57,2% de los encuestados dice que sabe cuántas áreas tiene la empresa y el 42,4% dice que no sabe. Este resultado demuestra que se debe de hacer énfasis en el conocimiento general sobre las áreas, ya que es de importancia que todos estén al tanto de los procesos y lo que pasa en cada una de ellas.

12. ¿Considera que la empresa utiliza herramientas de comunicación adecuados para transmitir información a los funcionarios?

FIGURA 21 *Utilización de herramientas de comunicación*

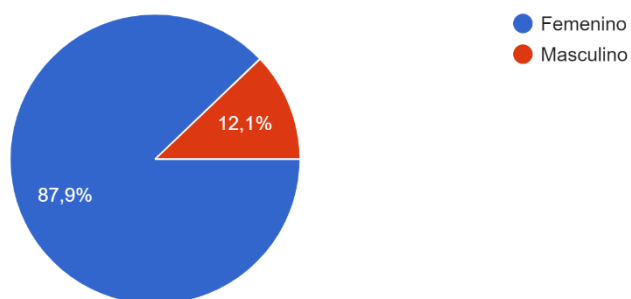


Nota: Fuente elaboración propia 2023

El 78,8% de las personas encuestadas expreso que la empresa si utiliza herramientas de comunicación adecuadas, el 21,2% manifiesta que no utiliza las herramientas adecuadas. Es necesario la utilización de las herramientas de comunicación adecuados para transmitir información a los funcionarios, ya que cuentan con lo necesario para mejorar este aspecto.

13. Género

FIGURA 22 *Género*

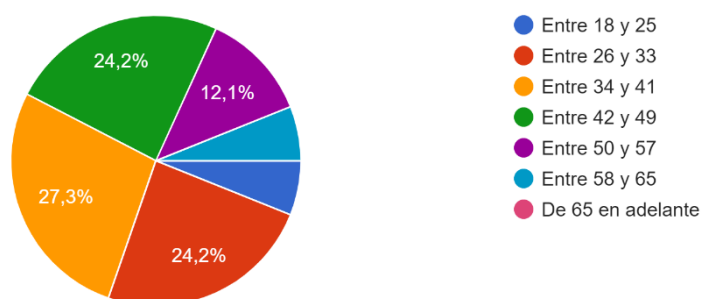


Nota: Fuente elaboración propia 2023

Se puede evidenciar que la mayoría de las personas encuestadas con un 95% son de género femenino y el 12,1% son género masculino.

14. Edad

FIGURA 23 *Edad*



Nota: Fuente elaboración propia 2023

El 27,3% de las personas encuestadas están en un rango de edad entre 34 y 41 años, el 24,2% tienen un rango de edad entre 42 y 49 años, el 24,2% están entre 26 y 33 años y dos porcentajes de 6,1% con edades entre 18-25 y 58-65 años.

6.3 Sector y Competencia

El sector es un conjunto de empresas dedicadas a desarrollar procesos afines con una actividad económica que se diferencia de las demás actividades productivas de la economía, puede subdividirse en otras actividades derivadas de acuerdo con los productos. Es decir, el sector económico es el entorno cercano de una empresa u organización y constituye su ambiente competitivo. (Betancourt Guerrero, 2014)

El sector textil en Colombia ha sido históricamente un componente fundamental de la economía, representando una parte significativa del Producto Interno Bruto (PIB) industrial y desempeñando un papel crucial en la generación de empleo. Según el informe del año 2019, la producción textil representó aproximadamente el 6% del PIB industrial en el país y generó alrededor del 12.9% del empleo en el sector industrial (ProColombia, 2017; Dane, 2019). Esta industria se desarrolla principalmente en regiones como Cundinamarca y Antioquia, que concentran la mayor parte de la actividad textil. (Crowe, 2023)

Sin embargo, el informe del año 2023 presenta un panorama menos alentador para el sector industrial en general. A pesar de que el 2022 mostró indicadores positivos, con crecimientos reportados y niveles de empleo estables, el año 2023 experimentó una desaceleración significativa en la producción industrial, con una caída del 2,6% y una variación negativa en las ventas reales del -3,2% (Informe del Sector Industria, 2023). Este deterioro se reflejó en varias actividades industriales, incluyendo la industria textil, que reportó una contracción del 19,3% en la hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles. (Crowe, 2023)

La situación se agudizó aún más en el último trimestre del año 2023, con una fuerte caída en la demanda que impactó negativamente en los inventarios y la producción. Según el índice Davivienda de Gestión de Compras, el sector industrial colombiano comenzó el último trimestre de 2023 en una posición débil, con una constante erosión de la demanda que afectó tanto a los nuevos pedidos entrantes como a los niveles de compras (Informe del Sector Industria, 2023). Además, la producción textil se vio afectada, con una contracción del -8,6% en la producción real para agosto de 2023. (Crowe, 2023)

A pesar de estos desafíos, el informe del año 2019 señala que las microempresas tienen una participación relativamente baja en el sector textil, representando aproximadamente el 0.01% del total (Superintendencia de Sociedades, 2019). Esto puede atribuirse en parte al rápido crecimiento de las empresas textiles, que a menudo superan el límite de empleados establecido para las microempresas en Colombia. Sin embargo, las microempresas siguen desempeñando un papel importante en la economía colombiana, especialmente en el sector terciario, donde representan una parte significativa del empleo en el país.

El sector textil en Colombia enfrenta desafíos significativos en medio de la desaceleración económica y la contracción en la demanda. A pesar de su importancia histórica y su contribución al PIB y al empleo, es crucial que las empresas en este sector, incluyendo a Casa del Bordado Frixio, estén preparadas para enfrentar estos desafíos y adaptarse a un entorno económico cambiante.

Las Cinco Fuerzas de Porter

El análisis de las cinco fuerzas de Porter es fundamental para comprender la dinámica competitiva del sector textil en el que opera Casa del Bordado Frixio en Cartago, Valle del Cauca. Este enfoque proporciona una visión holística de los factores que afectan la competitividad y la rentabilidad de la empresa.

Michael Porter (1980) desarrollo este modelo que está orientado a evaluar las conductas de las empresas en el sector. (Betancourt Guerrero, 2014)

Las cinco fuerzas son:

La rivalidad entre los competidores: La mayor o menor intensidad de la rivalidad entre la competencia en un sector lo hace más o menos atractivo. Una mayor rivalidad confiere una menor estabilidad y un menor nivel de servicios. (Betancourt Guerrero, 2014)

Los siguientes elementos son los que tienen más relevancia para la empresa Frixio:

Número de competidores: En la ciudad de Cartago hay alrededor de 150 talleres de bordados, por la pandemia se acabaron muchos talleres y quedan pocas casas grandes de bordados. Según lo anterior, Frixio no es que tenga una competencia bien marcada, porque se diferencian cuatro factores: primero la calidad, segundo los estándares de calidad, tercero los estándares de confección de los productos, cuarto se producen en una fábrica bajo unos modelos de producción establecidos que generan calidad en las prendas; adicionalmente marcan tendencia, asisten a desfiles y ferias, de los cuales toman insumos para sus diseños, colores y texturas. Su portafolio de prendas no incluye solamente las prendas clásicas o básicas, sino que innovan en colores, materiales y moda, en cambio otros talleres no gozan de lo anterior, ya que son talleres pequeños que tienen en sus casas o en

negocios con máquinas semi industriales. (Rondero Ospina, Sector y competencia empresa Casa del Bordado Frixio, 2023)

Diversidad de competidores y crecimiento del sector: El principal crecimiento del sector se basa en que las prendas bordadas son productos artesanales, hechos en Cartago y Frixio ya tiene un proceso de ventas digitales estructurados. El gran crecimiento ha sido en las transformaciones digitales que ha vivido la empresa y es de entender que las pautas y las ventas se realizan a través de redes, para poder digitalizarla de manera más fácil y así poder llevar a cabo el proceso.

Capacidad de diferenciación del producto: La capacidad de diferenciación de las prendas de vestir y demás productos bordados, es única, siempre va a estar, recalcando que los productos son hechos a mano en Cartago y eso es lo que mantiene este sector a flote en el mercado. (Rondero Ospina, Sector y competencia empresa Casa del Bordado Frixio, 2023)

Importancia para la empresa: Para Frixio es supremamente valioso que las marcas emergentes vayan creciendo, porque muchas veces parecía que la empresa Frixio estaba haciendo la gestión sola y en el área que está ubicada esta empresa hay muchos competidores en la misma zona y esto es algo positivo que beneficia a las personas dedicadas a esta actividad, ya que se convierte en un atractivo en el municipio.

Rentabilidad del sector: Como Frixio tiene un plus y un diferenciador muy marcado y en el caso de que los insumos suban de precio la rentabilidad puede decrecer y si los costos son superiores, tampoco pueden sobrepasar los límites, en ese caso la rentabilidad se sostiene en la empresa.

Es una muy buena rentabilidad que el sector da para que las empresas puedan sobrevivir, pagarles a las artesanas por prenda, por el tiempo, por la dificultad de las puntadas, para seguir en el proceso, es por lo anterior que mientras esté el plus denominador que es el bordado hecho a mano, no se va a sufrir por costos, porque se tiene toda la confianza de que el producto es artesanal.

Amenaza de nuevas entrantes:

La principal amenaza es el relevo generacional, no continuar con la tradición del bordado y que las nuevas generaciones encuentren ingresos en otro tipo de actividades, ya que muchas artesanas tienen un pago justo y otras veces no. En Frixio se toma en cuenta en medir los tiempos a través de producción, de mirar que tan difícil o fácil es la puntada, basado en eso hay unas tablas tarifas que se sacan y con base a esos parámetros se les paga a las artesanas.

Adicionalmente las artesanas no tienen ningún tipo de horario, trabajan desde sus casas, sus gastos son mínimos, su única inversión es su tiempo en la dedicación de esa prenda bordada a mano, una artesana cuando quiere puede parar, además hay otros beneficios que tiene su trabajo, su arte, que de pronto no son tenidos en cuenta y culturalmente se ha hablado de que es muy mal paga esta labor.

Barreras de entrada: Son aquellas que suponen una dificultad importante de acceso de nuevos competidores a un sector, colocándolos en una situación de desventaja competitiva inicial. (Betancourt Guerrero, 2014)

Estas barreras de entrada se suelen agrupar en los siguientes elementos:

Diferenciación del producto: Sigue siendo el bordado, Frixio está en la capacidad de hacer cualquier producto, por lo que es importante a tener en cuenta, la importancia de innovar, ofrecer productos con diseños actuales adaptados también a diferentes climas, encontrar un mercado para entrar a competir y poder llegar a muchos usuarios como lo hacen con las prendas hechas a mano. (Rondero Ospina, Sector y competencia empresa Casa del Bordado Frixio, 2023)

Necesidades de capital: En el caso de los productos bordados, estos necesitan un constante capital, ya que siempre se está invirtiendo y viendo cómo se sobrevive, además de la renovación de maquinaria, tecnología nueva, participar en ferias y eventos, relaciones comerciales, convenios, entre otros. (Rondero Ospina, Sector y competencia empresa Casa del Bordado Frixio, 2023)

Acceso a tecnologías de punta y a materias primas: A nivel de Frixio el acceso a tecnologías de punta y materias primas evolucionaron mucho, ya que gestionan la materia prima desde otros países, tienen la capacidad de adquirir plataformas digitales para vender y mostrar el producto a nivel nacional e internacional y tecnologías de punta, con un poco más de facilidad que otras empresas dedicadas a la misma actividad.

El poder de negociación de los proveedores: los proveedores de un sector compiten intentando elevar sus precios y reducir sus costos, aunque implique una disminución en la calidad de sus productos o servicios. (Betancourt Guerrero, 2014)

El poder de negociación de los proveedores será más o menos elevado en función de los siguientes elementos:

Número de proveedores importantes: Las telas son con importadores nacionales, se compran telas a Lafayette, a Protelas, a empresas colombianas que traen algún tipo fibra que la empresa utiliza, en insumos se compra a Comotex, también a Patprimo telas, en cuanto a botones con Codax cadena o con la industria Induboton o si es muy costoso, la empresa directamente lo importa. Existen proveedores diferentes para las diferentes materias primas, en Colombia la empresa se abastece de Bogotá, Medellín, barranquilla, que son los principales proveedores. (Rondero Ospina, Sector y competencia empresa Casa del Bordado Frixio, 2023)

Importancia del sector para los proveedores: Cartago es una de las zonas que más consume lino y fibras de telas naturales, en muchos talleres, lo que genera importancia del sector para los proveedores, ya que la demanda es constante.

Rentabilidad del proveedor: Las telas siempre son competitivas, al igual que los demás productos que compramos a proveedores, desde que existan, desde que estén disponibles y desde que se siga generando oferta, la rentabilidad va a ser muy buena. (Rondero Ospina, Sector y competencia empresa Casa del Bordado Frixio, 2023)

El poder de negociación de los compradores: Los compradores compiten en un sector exigiendo normalmente mayores prestaciones en cuanto a calidad, servicio y precio. (Betancourt Guerrero, 2014)

Su poder sobre el sector es mayor o menor con base en los siguientes elementos:

Número de compradores importantes: Frixio tiene tres modelos de negocio, las ventas por catálogo, donde se vende con precio mayorista, estos generalmente son clientes muy importantes con sus propias tiendas, que comercializan los productos; el otro modelo de

negocio son los clientes cara a cara en el almacén; y el tercero son los clientes que compran por el sitio web por medio de las facilidades de pago que la empresa Frixio genera; en estos dos últimos modelos de negocios, en ocasiones se genera dificultad de no tener siempre el producto disponible, Frixio por ser fábrica trata de tener existencia, pero también el cliente es consciente de que las prendas son artesanales, entonces sino esta la prenda disponible en ese momento, el cliente podrá pagarla por adelantado y entrar a una etapa de elaboración que puede estar hasta 25 a 30 días dependiendo de la complejidad. (Rondero Ospina, Sector y competencia empresa Casa del Bordado Frixio, 2023)

Rentabilidad del comprador: La rentabilidad de la empresa Frixio para precio mayorista esta ranqueado en el 27% eso se gana un mayorista por vender un producto de esta empresa.

La amenaza de sustitución: La existencia de productos sustitutivos para el sector supone un condicionante importante en la evolución de este, que limita el desarrollo de la demanda y del precio. (Betancourt Guerrero, 2014)

Su influencia dependerá de los siguientes elementos:

Disponibilidad de productos sustitutivos actuales y en un futuro próximo: Frixio está concentrado en ropa masculina y femenina, productos especiales son vestidos de primera comunión, ya que es un producto muy puntual y aparte de la producción de bordados. Frixio maneja dotaciones industriales, uniformes para empresas, uniformes para colegios, para diferentes actividades laborales, y eso se hace porque no todo el año se está en constante movimiento, hay momentos en los que hay subidas y bajadas, se trata de

equilibrar la producción, mantener, sostener trabajos y adiciones a parte del trabajo que hacemos.

La empresa Frixio, está mirando constantemente si se pueden sacar bolsos, sandalias, teniendo en cuenta que es lento el proceso, porque son productos artesanales y son complejos. (Rondero Ospina, Sector y competencia empresa Casa del Bordado Frixio, 2023)

Benchmarking:

El benchmarking es un proceso de análisis por comparación que permite estudiar a una organización en su desempeño, referenciándola con otras de su misma actividad. Esta búsqueda implica un método para conocer el problema a tratar, el cómo se hace, cuáles son las causas que lo ocasionan, para poder proceder a una solución (Betancourt Guerrero, 2014).

Se realizó una búsqueda de empresas a nivel nacional, para realizar este objetivo y así hacer una comparación por medio de los factores claves de éxito, las empresas son las siguientes: Casa del Bordado Frixio, Ultra Bordados, Bordados Express, Fenitex.sas.

Ultra bordados:**FIGURA 24** *Página web empresa Ultrabordados*

Nota: Fuente (Ultra bordados, 2023)

Es una empresa prestadora de servicios de bordado, estampado, sublimación y corte láser que apoya al sector textil – confección. Se borda y estampan las ideas para que impacten. (Ultra bordados, 2024)

Misión: Retar la forma tradicional de los procesos de acabados textiles, a través de tecnología e innovación, con el menor impacto ambiental posible.

Visión: Ser la empresa líder en bordados y estampados con la implementación de nuevas tecnologías y desarrollo de prácticas amigables con el medio ambiente.

Está ubicada en Carrera 52A 12 -54 Medellín, tiene más de 30 años de experiencia, ofrecen servicios de bordado y estampado de alta calidad en Medellín gracias a la constante búsqueda por la innovación y la tecnología. Está comprometida con el medio ambiente, siempre en la búsqueda de formas para reducir el impacto y crear soluciones sostenibles para la moda. (Ultra bordados, 2024)

Bordados Express

FIGURA 25 *Página web Bordados Express*

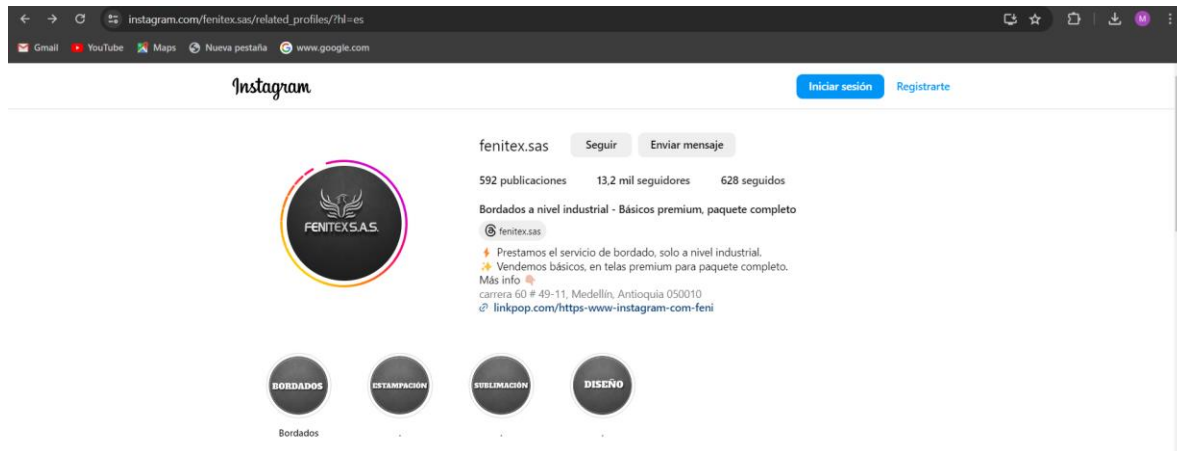


Nota: Fuente (Bordados Express, 2024)

Bordados Express es una compañía con amplia experiencia en la realización de bordados computarizados para empresas en Bogotá con envíos a toda Colombia; realiza la elaboración de estampados en cualquier tipo de prenda y la digitalización de logos para las empresas. (Bordados Express, 2024)

Su dirección es Avenida 68 #9 – 66 barrio Milenta en Bogotá.

Se especializan en la elaboración de bordados empresariales y bordados personalizados de calidad. Analizan la imagen y el diseño, diseñan el logo con los colores y tamaños que el cliente desee, ajustándolo a la identidad de marca.

Fenitex.sas**FIGURA 26** *Página Instagram empresa FenitexSAS*

Nota: Fuente (Fenitex.sas, 2024)

Es una empresa que lleva 28 años en el mercado, realizan los servicios de bordados, diseño, estampación, sublimación, confección y corte. Presta el servicio de bordado solo a nivel industrial, vende básicos en telas premium para paquete completo y ofrecen productos, los cuales algunos de ellos son camisetas, crop tops, buzos, shorts, bodys, bermudas, pantalonetas, sudaderas, entre otros. Está ubicada en la carrera 60 # 49-11, Medellín, Antioquia. (Fenitex.sas, 2024)

Poseen una red social que es Instagram, la cual la utilizan frecuentemente como un medio para brindar información y hacer visible la marca, además poseen WhatsApp para realizar una atención personalizada y brindar asesoría, además tienen un catálogo con los productos que manejan. (Fenitex.sas, 2024)

Factores claves de éxito: En este caso se le asignó un valor de 1 a 4 a las tres empresas competidoras y a Frixio, con base a los cuatro factores claves de éxito y al análisis.

Tabla 31 Empresas competidoras nacional - Factores claves de éxito

Factores claves de éxito	Frixio	Ultra bordados	Bordados Express	Fenitex sas	Aspectos a considerar para la valoración
	Valor	Valor	Valor	Valor	
Portafolio de productos	4	4	3	4	- Diversidad y calidad de los productos. - Capacidad para satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes. - Innovación y adaptación.
Publicidad	4	4	2	2	-Publicidad atractiva. -Buena calidad -Mensajes claros. -Utilización de medios tecnológicos.
Cobertura del mercado	4	4	2	3	- Capacidad para alcanzar diferentes segmentos de mercado. -Estrategias de distribución y comercialización. - Penetración de mercado y posicionamiento en relación con la competencia.
Tecnología y sistemas de información y comunicación	4	4	3	4	- Uso de tecnología para mejorar procesos, herramientas de comunicación digital, como plataformas, para facilitar el trabajo. - Implementación de sistemas de información que permitan recopilar, analizar y utilizar datos para la toma de decisiones estratégicas.

Nota: Fuente elaboración propia 2024

Empresa competidoras del municipio de Cartago Valle:

En este punto del trabajo se seleccionaron cinco empresas del municipio de Cartago Valle, de acuerdo a la información suministrada por la Cámara de comercio de Cartago, que están dedicadas también a la actividad del bordado, las empresas son las siguientes: la empresa de este trabajo Casa del Bordado Frixio, Calados Dukes, Bordados Maria Pi, Bordados Flor, Yamile Henao.

Calados Dukes:

FIGURA 27 *Calados Dukes*



Nota: Fuente elaboración propia 2024

Está ubicada en la carrera 5 # 7 – 05 local 2, en la que se conoce como la calle del bordado del municipio de Cartago Valle. La empresa fue fundada hace 5 años y su público objetivo son los hombres adultos.

Los productos que se manejan, fueron escogidos, ya que las guayaberas y pantalones, son prendas de hombre que más se venden y son muy solicitados para los eventos sociales, matrimonios, bautizos, primeras comuniones, cumpleaños, esa es la ropa que la gente

escoge. La empresa está conformada por el dueño, la esposa, bordadoras y caladoras que trabajan cada una en sus respectivas casas, por prendas bordadas.

El factor diferenciador se basa en la calidad, son los únicos que distribuyen un tipo de lino fino, por medio de proveedores judíos quienes los importan, otras empresas no tienen la capacidad de estar comprando los linos a un precio tan costoso. Con respecto a los precios de las prendas, no se comparan con el precio de las demás empresas, porque allí se trabaja es con calidad, no se preocupan por si la competencia vende más o no. Los precios de los productos varían, desde prendas de \$180.000 hasta \$350.000, por unidad y por conjunto. (Escobar, 2024)

Bordados Maria Pi:

FIGURA 28 *Bordados Maria Pi*



Nota: Elaboración propia 2024

Bordados María Pi está ubicado en la carrera 5 # 7 – 44, en la Calle del Bordado, del municipio de Cartago Valle, fue fundada hace 28 años.

La misión y la visión se basan en poder crecer lo que más se pueda, siempre con mente de empresaria. Los valores de la empresa son el compromiso con la empresa y la puntualidad.

La empresa está conformada por la dueña y por bordadoras independientes que se contratan y trabajan en las casas por bordados realizados. Los productos son hechos a mano y con respecto a los precios, es una empresa autónoma, ya que no se fija en los precios de las demás empresas. El público objetivo es variado, más que todo se enfoca en turistas, personas que se ubican geográficamente fuera de Cartago. Los productos que manejan son: vestidos de niña, camisas de niño, pantalón de hombre, camisa de hombre, blusas de mujer, vestidos, pijamas y batolas. (Gutiérrez Mejía, 2024)

Bordados Flor:

FIGURA 29 *Bordados Flor*



Nota: Fuente elaboración propia 2024

Bordados y calados Flor está ubicada en la carrera 5 # 7-87 del municipio de Cartago Valle, lleva 19 años en el mercado, está compuesta por el propietario, alrededor de 45 personas, 5 en el punto físico y 40 bordadoras que trabajan desde sus casas.

La misión y la visión de la empresa se basan en llegar mucho más adelante, las personas piden mucho para exportar y al ser hecho a mano es difícil por las cantidades que piden. Los valores de la empresa son el compromiso con las bordadoras en sacar una buena prenda, para así poder sostenerse en el mercado con una muy buena calidad.

Los productos que se manejan son camisa tipo guayabera, blusas, hay 5 tipos de modelos de productos, además son certificados por Icontec, con el hecho a mano, ellos revisan que el trabajo sea hecho a mano y también la calidad de los linos, se debe de trabajar una calidad muy buena, estos son linos que no llevan poliéster. El público objetivo son los hombres ya que son los que más compran las guayaberas y los precios varían, desde la prenda de menor precio es de \$95.000, hasta la prenda que es más costosa la guayabera es de \$250.000. (Bonilla, 2024)

Yamile Henao:

FIGURA 30 *Yamile Henao*



Nota: Fuente elaboración propia 2024

La empresa Yamile Henao está ubicada en la calle 17 # 6-80. La empresa fue fundada en el año 2018, en ese año ganó Fondo Emprender y es la continuación de la empresa de la madre de Yamile, que tiene más de 20 años de fundada.

Misión y visión es poder cumplir con las expectativas del cliente, llegar a un mercado local, regional, nacional e internacional, poder vender al exterior también, la proyección es ver la empresa en otros escenarios, sobre todo en la costa atlántica.

Los valores de la empresa son la honestidad, la responsabilidad, la confiabilidad, la calidad.

Es de recalcar que Yamile Henao es la representante del gremio de los bordados del Consejo Municipal de Cultura, Gestora Cultural del municipio de Cartago, representante legal de la corporación puntadas del sol una corporación que reúne a muchos talleres del municipio.

Se trabaja satelitalmente, con 5 modistas y 20 bordadoras, las señoras que bordan tienen los talleres en las casas y se les envía prendas para bordar y las entregan en determinado tiempo. Los factores diferenciadores de la empresa son: procesos de calidad, que no haya hebras, que las puntadas sean muy pulidas, que la confección sea de buena calidad y se manejan lino 100%. Los productos que se manejan son vestidos, blusas, abrigos, chales, quimonos, guayaberas de hombre con estilos diferentes y se escogieron porque son los productos más vendidos en el mercado. Los precios varían desde \$160.000 el costo menor de una prenda, hasta \$500.000 que es el costo mayor. (Henao Escobar, 2024)

Factores claves de éxito: Los factores clave de éxito son elegidos según la importancia y la influencia en la empresa Frixio, de acuerdo a su importancia se le asigna un peso a cada factor, luego se califican los factores en cada una de las empresas seleccionadas, para posteriormente realizar la suma de sus valores relativos, analizarlos y comparar los resultados.

Tabla 32 Aspectos importantes de los factores claves de éxito

Factores claves de éxito	Aspectos a considerar para la valoración en Casa del Bordado Frixio
Dirección y estilo de dirección	- Capacidad de liderazgo del equipo directivo para establecer una visión estratégica. - Habilidad para tomar decisiones efectivas y gestionar recursos de manera eficiente. - Adaptabilidad del estilo de dirección a las necesidades cambiantes del mercado.
Portafolio de productos	- Diversidad y calidad de los productos ofrecidos por Casa del Bordado Frixio. - Capacidad para satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes. - Innovación y adaptación del portafolio de productos a las tendencias del mercado.
Cobertura del mercado	- Capacidad para alcanzar y atender diferentes segmentos de mercado. - Efectividad de las estrategias de distribución y comercialización. - Penetración de mercado y posicionamiento en relación con la competencia.
Selección del personal	- Proceso de reclutamiento, selección y capacitación del personal. - Adecuación de competencias y habilidades del personal a los requerimientos del puesto y la cultura organizacional. - Nivel de compromiso, motivación y satisfacción laboral del equipo de trabajo.
Comunicación interna	- Efectividad de los medios y herramientas de comunicación interna. - Claridad, frecuencia y accesibilidad de la comunicación interna. - Impacto de la comunicación interna en el clima y ambiente organizacional.
Cultura organizacional	- Valores, creencias y normas que guían el comportamiento y las decisiones en Casa del Bordado Frixio. - Coherencia entre la cultura organizacional y los objetivos estratégicos de la empresa. - Fomento de una cultura de trabajo colaborativo, innovador y orientado al cliente.
Clima y ambiente organizacional	- Impacto del clima organizacional en la motivación, el compromiso y el desempeño laboral. - Implementación de políticas y prácticas para promover un clima laboral positivo y saludable.

Nota: Fuente elaboración propia 2024

Tabla 33 *Continuación de los aspectos importantes de los factores claves de éxito*

Factores claves de éxito	Aspectos a considerar para la valoración en Casa del Bordado Frixio
Medios y herramientas de comunicación interna y externa	- Utilización efectiva de medios de comunicación interna, como correos electrónicos, reuniones y boletines informativos. - Estrategias de comunicación externa para promover la imagen y los productos de Casa del Bordado Frixio, como redes sociales, publicidad y relaciones públicas. - Disponibilidad y accesibilidad de herramientas tecnológicas para facilitar la comunicación y la colaboración entre empleados y con clientes.
Tecnología y sistemas de información y comunicación	- Uso de tecnología para mejorar procesos internos, como sistemas de gestión de inventario, ventas y atención al cliente. - Implementación de sistemas de información que permitan recopilar, analizar y utilizar datos para la toma de decisiones estratégicas. - Incorporación de herramientas de comunicación digital, como plataformas colaborativas y videoconferencias, para facilitar el trabajo remoto y la colaboración entre equipos.
Precios y tarifas	- Estrategia de fijación de precios basada en la calidad y el valor percibido por los clientes. - Competitividad de los precios en comparación con los competidores del mercado. - Flexibilidad para ajustar precios según la demanda, los costos y las condiciones del mercado.

Nota: Fuente elaboración propia 2024

Matriz del Perfil Competitivo (MPC)

Una vez seleccionados e identificados los factores claves de éxito, se procede a la elaboración de la matriz del perfil competitivo. Los factores se ubican en la primera columna de la matriz, luego en la columna peso se registran los pesos de cada factor, el cual se calcula de acuerdo a su importancia relativa que tenga cada uno de ellos sobre los demás. La suma de los pesos de todos los factores debe ser igual a 1,0 que corresponde al 100%. (Betancourt Guerrero, 2014)

La columna valor corresponde a la calificación que los analistas les dan a las empresas en ese factor, teniendo en cuenta que la escala que se utiliza es de 1 a 4, don de 1 es la peor calificación y 4 expresa el mejor desempeño de la organización en ese factor. La columna

valor sopesado se calcula multiplicando el peso en decimales por el valor respectivo

registrando su resultado en esta columna (Betancourt Guerrero, 2014).

Matriz de Perfil Competitivo (MPC)

Tabla 34 *Matriz de Perfil Competitivo (MPC)*

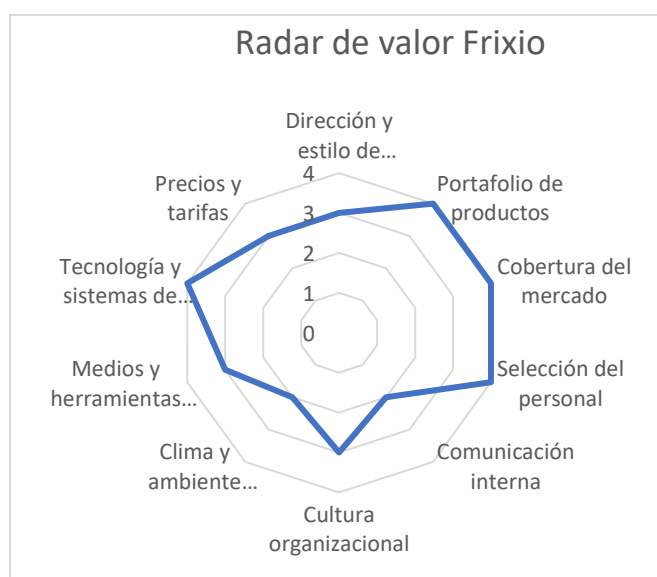
FACTORES CLAVE DE ÉXITO	PESO		Frixio		Calados Dukes		Bordados Maria Pi		Yamile Henao		Bordados Flor	
			Valor	Valor Sopesado	Valor	Valor sopesado	Valor	Valor sopesado	Valor	Valor sopesado	Valor	Valor Sopesado
Dirección y estilo de dirección	11%	0,11	3	0,33	4	0,44	4	0,44	4	0,44	3	0,33
Portafolio de productos	9%	0,09	4	0,36	3	0,27	4	0,36	4	0,36	4	0,36
Cobertura del mercado	7%	0,07	4	0,28	3	0,21	3	0,21	3	0,21	3	0,21
Selección del personal	8%	0,08	4	0,32	3	0,24	2	0,16	3	0,24	3	0,24
Comunicación interna	14%	0,14	2	0,28	3	0,42	2	0,28	3	0,42	3	0,42
Cultura organizacional	12%	0,12	3	0,36	3	0,36	3	0,36	3	0,36	3	0,36
Clima y ambiente organizacional	12%	0,12	2	0,24	3	0,36	2	0,24	2	0,24	3	0,36
Medios y herramientas de comunicación interna y externa	12%	0,12	3	0,36	2	0,24	2	0,24	2	0,24	2	0,24
Tecnología y sistemas de información y comunicación (Tic's)	8%	0,08	4	0,32	2	0,16	2	0,16	3	0,24	2	0,16
Precios y tarifas	7%	0,07	3	0,21	3	0,21	3	0,21	3	0,21	3	0,21
Total	100%			3,06		2,91		2,66		2,96		2,89

Fuente: Elaboración propia 2024

Radares

La gráfica de radar, es una herramienta efectiva en mostrar las diferencias o brechas que existen entre el estado actual ideal de un factor. (Betancourt Guerrero, 2014)

FIGURA 31 Radar de valor Casa del Bordado Frixio



Nota: Fuente elaboración propia

FIGURA 32 Radar de valor sopesado Frixio



Nota: Fuente elaboración propia

Según los gráficos de tipo radar de la empresa Casas del Bordado Frixio, muestran que la organización tiene un excelente desempeño en factores como portafolio de productos, cobertura del mercado, selección del personal. Tiene un desempeño crítico en comunicación interna, debe mejorar en factores como cultura organizacional, clima organizacional y medios y herramientas para una comunicación interna y externa. Tiene un desempeño aceptable en factores como dirección y estilo de dirección, precios y tarifas, tecnologías y sistemas de información.

FIGURA 33 Radar de valor de Calados Dukes



Fuente: Elaboración propia

FIGURA 34 *Radar de valor sopesado Calados Dukes*

Fuente: Elaboración propia

Según los gráficos de tipo radar de la empresa Calados Dukes, muestran que la organización tiene un excelente desempeño en dirección y estilo de dirección. Debe mejorar en factores como medios y herramientas para una comunicación interna y externa, tecnologías y sistemas de información y comunicación. Tiene un desempeño aceptable en factores como precios y tarifas, portafolio, cobertura del mercado, selección del personal, comunicación interna, cultura organizacional, clima organizacional.

FIGURA 35 *Radar de valor de Bordados Maria Pi*

Nota: Fuente elaboración propia

FIGURA 36 *Radar de valor sopesado de Bordados Maria Pi*

Nota: Fuente elaboración propia

Según los gráficos de tipo radar de la empresa Bordados Maria Pi, muestran que la organización tiene un excelente desempeño en factores como dirección y estilo de

dirección, portafolio de productos, debe mejorar en medios y herramientas para una comunicación interna y externa, tecnologías y sistemas de información y comunicación, clima organizacional, comunicación interna, selección del personal. Tiene un desempeño aceptable en factores como, precios y tarifas, cultura organizacional, cobertura del mercado.

FIGURA 37 Radar de valor de Yamile Henao



Nota: Fuente elaboración propia 2024

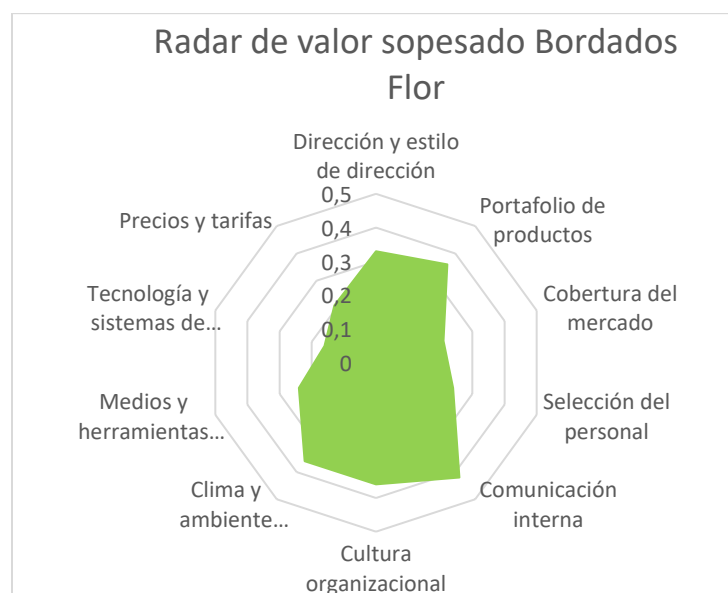
FIGURA 38 Radar de valor sopesado Yamile Henao

Nota: Fuente elaboración propia

Según los gráficos de tipo radar de la empresa Yamile Henao, muestran que la organización tiene un excelente desempeño en factores como dirección y estilo de dirección, portafolio de productos. Debe mejorar en medios y herramientas para una comunicación interna y externa, clima organizacional. Tiene un desempeño aceptable en factores como precios y tarifas, tecnologías y sistemas de información y comunicación, cultura organizacional, comunicación interna, selección del personal, cobertura del mercado.

FIGURA 39 *Radar de valor de Bordados Flor*

Nota: Fuente elaboración propia

FIGURA 40 *Radar de valor sopesado Bordados Flor*

Nota: Fuente elaboración propia

Según los gráficos de tipo radar de la empresa Casas del Bordado Flor, muestran que la organización tiene un excelente desempeño en factores como dirección y estilo de dirección

y portafolio de productos. Tiene un desempeño crítico en factores como medios y herramientas para una comunicación interna y externa, tecnologías y sistemas de información y comunicación. Tiene un desempeño aceptable en factores como dirección y estilo de dirección, precios y tarifas, cobertura del mercado, selección del personal, comunicación interna, cultura organizacional, clima organizacional.

FIGURA 41 *Radar de valor de empresas competidoras*



Nota: Fuente elaboración propia

FIGURA 42 Radar de valor de sopesado empresas competidoras

Nota: Fuente elaboración propia

En los dos gráficos anteriores se observa cómo se encuentra la empresa Casa del Bordado Frixio frente a sus competidores mediante unos factores previamente establecidos, es la que lidera las calificaciones, esta es fuerte en algunos factores como cobertura del mercado, selección del personal, tecnologías y sistemas de información, donde obtuvo una calificación alta.

Frixio obtuvo calificaciones aceptables en factores como dirección y estilo de dirección, precios y tarifas, se encuentra en desventaja comparándola con sus competidores con los factores de comunicación interna y cultura, clima y ambiente organizacional.

Análisis Benchmarking:

Los datos y la información suministrada de las empresas competidoras, dedicadas a la actividad del bordado en el mercado, fueron de suma importancia para escoger los factores claves de éxito, seleccionados de acuerdo al tema de investigación del presente trabajo, la elaboración de la matriz de perfil competitivo y los diferentes radares.

Es importante mencionar que la empresa Casa del Bordado Frixio no tiene competencia de igual a igual, ya que lidera en el mercado y los demás competidores son empresas medianas o pequeñas y muchas de ellas familiares, por esto, se eligieron empresas competencia con factores diferenciadores propios, para así hacer énfasis en una comparación, por medio de entrevistas y de las respectivas calificaciones en la matriz.

Según lo anterior los resultados de la sumatoria de los valores sopesados son los siguientes:

La calificación más alta la obtuvo la empresa Casa del Bordado Frixio, con 3,06 lo que refleja que es una empresa líder, esto se ve reflejado en varios factores de éxito, los cuales son portafolio de productos, ya que son variados los productos que manejan, haciendo énfasis en un público objetivo de hombres y mujeres; cobertura en el mercado, ya que lleva alrededor de 31 años en el mercado, siendo una empresa que importa y exporta sus productos, siendo pionera en esta actividad; la selección del personal, ya que se tiene en cuenta un proceso adecuado y personas capacitadas para todos los cargos; cuenta con tecnologías y sistemas de información y comunicación(Tic's) acorde a los requerimientos del producto y el mercado, acoplándose así a los cambios y desarrollo continuo del entorno.

Se reflejó también una baja calificación del factor clave de éxito comunicación interna, que es el tema principal de esta investigación y baja calificación en el clima y ambiente organizacional; si bien todas las personas que integran a Frixio, están encaminadas al mismo objetivo de la empresa, dejan a un lado el tema de comunicación interna el cual se debe mejorar, ya que la empresa tiene las herramientas de comunicación, pero no las utilizar adecuadamente. En toda empresa hay factores que mejorar y para eso se realizará un plan estratégico con respecto a esta falencia.

La calificación siguiente fue de la empresa Yamile Henao con 2,96 siendo dirección y estilo de dirección y portafolio de productos, dos factores de éxito con mayor puntuación, reflejándose en un adecuado manejo de la empresa, compuesta por familia, donde están encaminados hacia los mismos objetivos, al igual que un énfasis en la calidad y diversidad de productos. Debe mejorar los aspectos medios y herramientas para una comunicación interna y externa, clima organizacional, para que todos se acoplen y logren un crecimiento en el mercado.

Así mismo la empresa Calados Dukes obtuvo 2,91 donde los factores claves con mayor calificación son dirección y estilo de dirección, ya que también es una empresa familiar, exactamente de esposos, siendo cada uno de ellos dueños de una empresa de bordados, encaminados por un mismo lineamiento, enfocados en la calidad de sus productos. Debe mejorar en factores como medios y herramientas para una comunicación interna y externa, tecnologías y sistemas de información y comunicación, para ir de acuerdo a los requerimientos de un entorno cambiante.

Al realizar la calificación de la empresa Bordados Flor, esta obtuvo 2,89 siendo dirección y estilo de dirección y portafolio de productos los factores con mayor puntaje, lo

que demuestra un excelente desempeño, siendo la empresa con mayor cantidad de funcionarios, después de Frixio, con alrededor de 6 funcionarios de planta y alrededor de más de 30 funcionarios externos que trabajan por producto realizado, con enfoque a productos de calidad y diversidad. Así mismo debe hacer énfasis en factores como medios y herramientas para una comunicación interna y externa, tecnologías y sistemas de información y comunicación (Tic's), para así adaptarse en el mercado y darse a conocer por diferentes medios.

Finalmente, la empresa Maria Pi con 2,66 según los gráficos de tipo radar, muestra que tiene un excelente desempeño en factores como dirección y estilo de dirección, portafolio de productos, lo que se demuestra en una trayectoria importante de 28 años, siendo una de las empresas con mayor tiempo en el mercado, con respecto a las empresas competidoras. Debe hacer énfasis y mejorar aspectos como, medios y herramientas para una comunicación interna y externa, tecnologías y sistemas de información y comunicación, clima organizacional, comunicación interna, selección del personal, esto se vio reflejado en el cambio que tuvo que pasar la empresa durante y después de pandemia, ya que se generó recorte de personal y cambios generales, siendo estos aspectos importantes para el crecimiento continuo.

El benchmarking es de utilidad, ya que, por medio de este, se realizan análisis a las diferentes empresas competidoras y permite establecer los puntos que mejor manejan y los que no, permitiendo saber que cada empresa se enfoca en sí misma, en mejorar y en crear sus propias estrategias que les permita mantenerse y crecer.

6.4 Propuesta de Comunicación

La comunicación interna juega un papel fundamental en el éxito y la eficiencia de cualquier organización. En línea con las ideas de Chiavenato (2017), la planeación estratégica se posiciona como un proceso dinámico de aprendizaje que se nutre tanto de las acciones individuales como de las experiencias colectivas, con un enfoque en la mejora continua y el alineamiento estratégico. (Chiavenato, Planeación estratégica, 2017)

Chiavenato (2017) destaca la importancia de la estrategia en la definición de los procesos internos y la estructura organizativa, lo cual influye directamente en la consecución de resultados deseados y un desempeño efectivo. (Chiavenato, Planeación estratégica, 2017)

Para desarrollar la propuesta de comunicación interna, se llevó a cabo una exhaustiva investigación que abarcó diversos aspectos, como antecedentes históricos, marcos teóricos relevantes, contexto empresarial, análisis del ambiente externo e interno, evaluación del sector y la competencia, entre otros. Este proceso se basó en la recopilación de datos provenientes de diversas fuentes, tales como diálogos, entrevistas, encuestas y observaciones directas.

Propuesta de comunicación interna:

Se identificaron los principales desafíos y oportunidades que enfrenta Casa del Bordado Frixio en términos de comunicación interna, considerando su cultura organizacional, estructura y objetivos estratégicos.

Se establecieron objetivos claros y medibles para mejorar la comunicación interna, enfocados en fomentar la transparencia, fortalecer el sentido de pertenencia y mejorar la colaboración entre equipos y departamentos.

Se identificaron los diferentes grupos de interés dentro de la organización y se diseñaron estrategias de comunicación específicas para cada uno, teniendo en cuenta sus necesidades y preferencias.

Se propusieron una variedad de canales de comunicación interna, incluyendo reuniones presenciales, boletines informativos, plataformas digitales y redes sociales corporativas, con el fin de garantizar una cobertura completa y efectiva.

Se delineó un plan de acción detallado para la implementación de las estrategias de comunicación interna, con indicadores de seguimiento y evaluación para medir su impacto y realizar ajustes según sea necesario.

La propuesta de comunicación interna para Casa del Bordado Frixio se fundamenta en un enfoque estratégico y participativo, que busca fortalecer los vínculos entre los colaboradores y mejorar la eficacia de la comunicación dentro de la organización. Este plan estratégico de comunicación interna servirá como hoja de ruta para promover un ambiente laboral más colaborativo, transparente y productivo.

FIGURA 43 *Objetivos propuesta de comunicación*

Comunicación interna Objetivo general	Objetivos específicos		
	Clima y ambiente organizacional	Aplicación de medios y herramientas para una comunicación efectiva	Falta de claridad en los mensajes y retroalimentación
Mejorar la comunicación interna en la Casa del Bordado Frixio mediante la optimización del clima laboral, la implementación adecuada de herramientas de comunicación para la claridad en los mensajes y la retroalimentación.	Fomentar un ambiente laboral positivo en Casa del Bordado Frixio, promoviendo la integración y participación de todos los empleados en los procesos organizacionales.	Garantizar la correcta implementación de medios y herramientas de comunicación que faciliten una interacción eficaz entre los colaboradores de la empresa, promoviendo la transparencia y fluidez en la comunicación interna.	Promover la claridad en los mensajes internos mediante una retroalimentación constante, asegurando que la información sea comprensible y esté alineada con los objetivos de Casa del Bordado Frixio.

Fuente: Elaboración propia

Objetivo General

Mejorar la comunicación interna en la Casa del Bordado Frixio mediante la optimización del clima laboral, la implementación adecuada de herramientas de comunicación para la claridad en los mensajes y la retroalimentación.

Objetivos Específicos

Mejorar el Clima y Ambiente Laboral:

- 1. Fomentar un ambiente laboral positivo en Casa del Bordado Frixio, promoviendo la integración y participación de todos los empleados en los procesos organizacionales.

Tabla 35 *Estrategia: Integrar a los funcionarios de la empresa*

Estrategia: Integrar a los funcionarios de la empresa
<i>Tácticas:</i>
1. Realizar dinámicas lúdicas para fomentar la unión del equipo.
2. Organizar salidas de esparcimiento, como reuniones en cafés o cenas grupales.
3. Celebrar cumpleaños con decoración y actividades grupales.
4. Implementar actividades donde los funcionarios interactúen con otros departamentos, identificando personas, medios y recursos.

Nota: Fuente elaboración propia 2024

Para la primera estrategia, las tácticas propuestas son relevantes ya que promueven la interacción entre los colaboradores, fortaleciendo así las relaciones dentro del equipo. Las dinámicas lúdicas y las salidas de esparcimiento proporcionan oportunidades informales para que los empleados se conozcan mejor fuera del entorno laboral. Las celebraciones de cumpleaños y las actividades de interacción entre departamentos fomentan un sentido de comunidad y colaboración en la empresa.

Tabla 36 *Estrategia: Promover una cultura empresarial*

Estrategia: Promover una cultura empresarial que impulse la apropiación e interiorización de la información interna de la empresa
<i>Tácticas:</i>
1. Reforzar la misión, visión y valores de la empresa entre los empleados para alinear su trabajo.
2. Dar a conocer los objetivos y funciones de cada área mediante charlas y presentaciones creativas.
3. Involucrar a los equipos en actividades de innovación para mejorar los procesos.

Nota: Fuente elaboración propia 2024

Para la segunda estrategia, las tácticas propuestas son pertinentes ya que buscan promover una cultura organizacional donde los empleados comprendan y se identifiquen con la información interna de la empresa. Reforzar la misión, visión y valores ayuda a establecer una dirección común, mientras que dar a conocer los objetivos y funciones de cada área permite que los empleados comprendan la importancia de su trabajo dentro del contexto organizacional. La participación en actividades de innovación también fomenta la apropiación de la información interna al involucrar a los empleados en la mejora de los procesos.

Tabla 37 *Estrategia: Generar sentido de pertenencia*

Estrategia: Generar sentido de pertenencia, motivación y reconocimiento a los funcionarios
<i>Tácticas:</i>
1. Celebrar fechas especiales con actividades grupales y regalos.
2. Ofrecer capacitaciones sobre temas de interés para los empleados.
3. Coordinar pausas activas en el trabajo para promover la participación de todos.
4. Realizar charlas de motivación para inspirar a los empleados.
5. Implementar el reconocimiento del empleado del mes basado en el cumplimiento de competencias y estándares.

Nota: Fuente elaboración propia 2024

Para la tercera estrategia, las tácticas propuestas son adecuadas para generar un sentido de pertenencia, motivación y reconocimiento entre los empleados. Las actividades grupales y regalos en fechas especiales ayudan a fortalecer el espíritu de equipo, mientras que las capacitaciones y charlas de motivación contribuyen al desarrollo profesional y personal de los empleados. Las pausas activas y el reconocimiento del empleado del mes son medidas prácticas para promover la participación y el desempeño de los empleados en el día a día laboral.

Implementar Medios y Herramientas para una Comunicación Efectiva

2. Garantizar la correcta implementación de medios y herramientas de comunicación que faciliten una interacción eficaz entre los miembros de la empresa, promoviendo la transparencia y fluidez en la comunicación interna.

Tabla 38 Estrategia: Aprovechar los canales escritos

Estrategia: Aprovechar los canales escritos para enviar información importante de la empresa y de forma masiva.
Tácticas:
1. Realizar encuestas para conocer la percepción de los funcionarios sobre las actividades de mejora del clima y la comunicación.
2. Utilizar el periódico empresarial para incluir comunicados internos, respuestas a dudas generales, noticias empresariales, formaciones, capacitaciones, secciones de sugerencias y eventos internos.
3. Diseñar cuadros de anuncios con datos relevantes sobre el día a día, metas, comunicados extraordinarios y fechas especiales

Nota: Fuente elaboración propia 2024

Tabla 39 *Estrategia: Aprovechar los canales orales*

Estrategia: Aprovechar los canales orales para transmitir la información relevante de la empresa.
<i>Tácticas:</i>
1. Realizar reuniones esporádicas con los funcionarios para expresar sus opiniones y mantener una comunicación efectiva.
2. Realizar charlas con los jefes de cada área para transmitir información relevante a los demás integrantes del equipo.
3. Seleccionar voceros para transmitir información relevante de cierre de mes a cada área de acuerdo a las funciones y cargos

Nota: Fuente elaboración propia 2024

Tabla 40 *Estrategia: Potenciar los canales tecnológicos y digitales*

Estrategia: Potenciar los canales tecnológicos y digitales para que la información sea transmitida de forma dinámica.
<i>Tácticas:</i>
1. Utilizar correos electrónicos para transmitir información y datos relevantes de la empresa.
2. Realizar fotografías para tener evidencias visuales de las diferentes actividades realizadas
3. Crear grupos empresariales en WhatsApp para evitar la distorsión de la información y facilitar la comunicación directa.
4. Realizar la difusión de las estrategias de la organización mediante dos videos audiovisuales con mensajes claros sobre los objetivos de la empresa.

Nota: Fuente elaboración propia 2024

Estas estrategias y tácticas están diseñadas para aprovechar los canales escritos, orales y tecnológicos con el fin de transmitir información importante de la empresa de manera efectiva y dinámica. Cada táctica aborda aspectos específicos de la comunicación interna y busca garantizar que la información llegue a todos los empleados de manera oportuna y comprensible. Sin embargo, es importante considerar las preferencias y necesidades de los empleados al implementar estas tácticas, así como realizar un seguimiento y evaluación continuos para asegurar su efectividad y hacer ajustes según sea necesario.

Asegurar Claridad en los Mensajes y Retroalimentación

3. Promover la claridad en los mensajes internos mediante una retroalimentación constante, asegurando que la información sea comprensible y esté alineada con los objetivos de Casa del Bordado Frixio.

Tabla 41 *Estrategia: Implementar actividades para claridad en mensajes*

Estrategia: Implementar actividades para revisar si existe claridad en los mensajes y que todos estén alineados a los objetivos de la empresa.
<i>Tácticas:</i>
1. Realizar encuestas para evaluar la comprensión de los mensajes y la información por parte de los empleados
2. Establecer un buzón de dudas donde los empleados puedan expresar sus inquietudes y recibir respuestas claras.

Nota: Fuente elaboración propia 2024

Tabla 42 *Estrategia: Fomentar la participación y retroalimentación*

Estrategia: Fomentar la participación de los funcionarios para generar cercanía y retroalimentación sobre las actividades y procesos realizados de la empresa.
<i>Tácticas:</i>
1. Realizar charlas en un ambiente cómodo para resolver dudas e inquietudes de los empleados.
2. Designar voceros que estén al tanto de las dudas e inquietudes en cada área y en el día a día.
3. Capacitar al personal en técnicas de comunicación efectiva para mejorar la claridad en los mensajes internos.

Nota: Fuente elaboración propia 2024

Estas estrategias y tácticas están diseñadas para asegurar la claridad en los mensajes internos y promover una retroalimentación constante en la empresa. Cada táctica se enfoca en aspectos específicos de la comunicación interna, como la evaluación de la comprensión de los mensajes, la facilitación de un canal para expresar dudas e inquietudes, la creación de espacios para resolver preguntas y el desarrollo de habilidades de comunicación efectiva. Es importante implementar estas acciones de manera integral para garantizar que

la información sea comprensible y esté alineada con los objetivos de la empresa, además de fomentar una cultura de retroalimentación.

6.5 Seguimiento y Control

Para la propuesta de comunicación interna de la empresa Casas del Bordado Frixio, se ha establecido un sistema de seguimiento y control con el fin de garantizar el cumplimiento adecuado de los objetivos planteados. Este sistema se diseñó para monitorear y evaluar de manera constante el progreso de la implementación de la propuesta, asegurando que se aborden todos los aspectos relevantes para la empresa.

Es fundamental que el seguimiento y control se lleve a cabo de manera continua por parte de los responsables designados, y que cuente con el compromiso y la colaboración de todos los miembros de la organización. De esta manera, se asegura que la propuesta de comunicación interna sea efectiva en todos los aspectos y contribuya al logro de los objetivos empresariales.

A continuación, se presenta el plan detallado de seguimiento y control para la empresa Casa del Bordado Frixio, ubicada en el municipio de Cartago, Valle del Cauca. Este plan incluye cuadros que contienen información clave, como objetivos, estrategias, tácticas, indicadores, tiempo, responsables y presupuesto. El objetivo es proporcionar una guía clara y completa para optimizar la gestión de la propuesta durante un período estimado de un año, con un presupuesto asignado de \$6.500.000.

Tabla 44 *Continuación seguimiento y control*

Objetivo general	Objetivo estratégico	Estrategia	Tareas	Tiempo	Indicador	Responsable	Presupuesto
Comunicación interna Mejorar la comunicación interna en la Casa del Bordado Frixio mediante la optimización del clima laboral, la implementación adecuada de herramientas de comunicación para la claridad en los mensajes y la retroalimentación.	Clima y ambiente laboral Fomentar un ambiente laboral positivo en Casa del Bordado Frixio, promoviendo la integración y participación de todos los empleados en los procesos organizacionales.	Promover una cultura empresarial que impulse la apropiación e interiorización de la información interna de la empresa	Realizar dos reuniones dinámicas para consolidar la información importante de la empresa, como la misión, visión y valores, con el objetivo de alinear a todos los empleados hacia una misma línea de trabajo.	Julio – Octubre	Número de reuniones realizadas / Número de reuniones planeadas	Área de recursos humanos y comunicación	No aplica
			Presentar los objetivos de cada área y su importancia mediante dos charlas cortas y creativas, para garantizar que todos los empleados comprendan el propósito y las metas de cada departamento.	Julio – Octubre	Número de charlas realizadas / Número de charlas planeadas	Área de recursos humanos	No aplica
			Proponer actividades de innovación en cada área y sus respectivos equipos, con el objetivo de mejorar los procesos empresariales, aprovechando el conocimiento y la experiencia de los empleados en su trabajo diario.	Junio – Abril	Número de actividades realizadas / Número de actividades planeadas	Área de recursos humanos y comunicación	No aplica

Nota: Fuente elaboración propia 2024

Tabla 45 Continuación seguimiento y control

Objetivo general	Objetivo estratégico	Estrategia	Tareas	Tiempo	Indicador	Responsable	Presupuesto
Comunicación interna Mejorar la comunicación interna en la Casa del Bordado Frixio mediante la optimización del clima laboral, la implementación adecuada de herramientas de comunicación para la claridad en los mensajes y la retroalimentación.	Clima y ambiente laboral Fomentar un ambiente laboral positivo en Casa del Bordado Frixio, promoviendo la integración y participación de todos los empleados en los procesos organizacionales.	Generar sentido de pertenencia, motivación y reconocimiento a los funcionarios	Realizar cada mes actividades (fechas en que las personas ingresaron a la empresa y días especiales) para unir a los funcionarios y compartan entre ellos.	Junio - Mayo	Número de actividades realizadas / Número de actividades planeadas	Área de recursos humanos	\$500.000
			Tres capacitaciones sobre temas de interés, para los funcionarios de la empresa.	Septiembre - Abril	Número de capacitaciones realizadas / Número de capacitaciones planeadas	Área de recursos humanos y comunicación	\$700.000 Capacitador encargado
			Coordinar fechas y agendar horas donde se realicen pausas activas, cada semana y que todos participen estando en su puesto de trabajo.	Junio - Abril	Número de pausas activas realizadas / Número de pausas activas planeadas	Área de recursos humanos	No aplica
			Tres charlas de motivación, para que puedan escuchar diferentes vivencias y temas.	Agosto - Enero	Número de charlas realizadas / Número de charlas planeadas	Área de recursos humanos	\$700.000 Expositor externo
			Poner en práctica la estrategia del empleado del mes, para incentivar el desempeño de los funcionarios, explicando las condiciones para ser el elegido.	Junio - Mayo	Número de estrategias realizadas / Número de estrategias planeadas	Área de recursos humanos y comunicación	No aplica
Subtotal del presupuesto							\$4.300.000

Nota: Fuente elaboración propia 2024

Tabla 46 Continuación seguimiento y control

Objetivo general	Objetivo estratégico	Estrategia	Tareas	Tiempo	Indicador	Responsable	Presupuesto
Comunicación interna Mejorar la comunicación interna en la Casa del Bordado Frixio mediante la optimización del clima laboral, la implementación adecuada de herramientas de comunicación para la claridad en los mensajes y la retroalimentación.	Aplicación de medios y herramientas para una comunicación efectiva Garantizar la correcta implementación de medios y herramientas de comunicación que faciliten una interacción eficaz entre los miembros de la empresa, promoviendo la transparencia y fluidez en la comunicación interna.	Aprovechar los canales escritos para enviar información importante de la empresa y de forma masiva.	Se plantea realizar dos encuestas sobre las opiniones de las actividades de mejora de comunicación interna.	Junio – Marzo	Número de encuestas realizadas / Número de encuestas planeadas	Área de recursos humanos	\$200.000 (papelería o implementos necesarios)
			Se plantean dos boletines, incluir comunicados, respuestas a dudas, noticias empresariales, capacitaciones, sugerencias, eventos.	Octubre – Enero	Número de periódicos realizados / Número de periódicos planeadas	Área de comunicación	\$400.000 (papelería o implementos necesarios)
			Diseñar cuadro de anuncios que contengan datos relevantes sobre el día a día, metas, comunicados extraordinarios, fechas especiales.	Julio – Enero	Número de anuncios realizados / Número de anuncios planeados	Área de comunicación	\$300.000 (cuadro de anuncios y papelería)

Nota: Fuente elaboración propia 2024

Tabla 47 *Continuación seguimiento y control*

Objetivo general	Objetivo estratégico	Estrategia	Tareas	Tiempo	Indicador	Responsable	Presupuesto
Comunicación interna Disminuir las Mejorar la comunicación interna en la Casa del Bordado Frixio mediante la optimización del clima laboral, la implementación adecuada de herramientas de comunicación para la claridad en los mensajes y la retroalimentación ..	Aplicación de medios y herramientas para una comunicación efectiva Implementar actividades para revisar si existe claridad en los mensajes y que todos estén alineados a los objetivos de la empresa.	Aprovechar los canales orales para transmitir la información relevante de la empresa.	Realizar tres reuniones esporádicas con los funcionarios en donde cada uno puede expresar su sentir respecto al trabajo, respecto a la comunicación y estar preparados para escuchar tanto cosas positivas como negativas.	Noviembre – Marzo	Número de reuniones realizadas / Número de reuniones planeadas	Todas las áreas	No aplica
			Realizar tres charlas con los jefes de cada área sobre información relevante de la empresa, para que ellos la transmitan a los demás integrantes.	Julio – Febrero	Número de charlas realizadas / Número de charlas planeadas	Área directiva	No aplica
			Seleccionar tres voceros para que pasen por cada área, transmitiendo la información relevante de cierre de mes, de acuerdo a las funciones y cargos.	Septiembre – Marzo	Número de voceros escogidos / Número de charlas propuestos	Todas las áreas	No aplica

Nota: Fuente elaboración propia 2024

Tabla 48 *Continuación seguimiento y control*

Objetivo general	Objetivo estratégico	Estrategia	Tareas	Tiempo	Indicador	Responsable	Presupuesto
Comunicación interna Disminuir las Mejorar la comunicación interna en la Casa del Bordado Frixio mediante la optimización del clima laboral, la implementación adecuada de herramientas de comunicación para la claridad en los mensajes y la retroalimentación ...	Aplicación de medios y herramientas para una comunicación efectiva Promover la claridad en los mensajes internos mediante una retroalimentación constante, asegurando que la información sea comprensible y esté alineada con los objetivos de Casa del Bordado Frixio.	Potencializar los canales tecnológicos y digitales para que la información sea transmitida de forma dinámica	Utilizar un E mails-correo electrónicos dos veces al mes, para transmitir información y datos relevantes de la empresa.	Junio – Marzo	Número de E mails realizados / Número de E mails planeados	Área de recursos humanos y comunicación	No aplica
			Realizar cuatro paquetes de fotografías para tener evidencias de las actividades realizadas.	Junio – Mayo	Número de fotografías realizadas / Número de fotografías planeadas	Área de comunicación	No aplica
			Crear cinco grupos empresariales en WhatsApp. Para que a cada persona le llegue la información.	Junio – Mayo	Número de reuniones realizadas / Número de reuniones planeadas	Área de recursos humanos y comunicación	No aplica
			Se plantea realizar la difusión de las estrategias de la organización por medio de dos videos audiovisuales con mensajes claros sobre lo que la empresa quiere alcanzar.	Julio - Diciembre	Número de videos realizados / Número de videos planeadas	Área de comunicación	\$400.000 (Papelería o implementos necesarios)
Subtotal del presupuesto							\$1.300.000

Nota: Fuente elaboración propia 2024

Tabla 49 *Continuación seguimiento y control*

Objetivo general	Objetivo estratégico	Estrategia	Tareas	Tiempo	Indicador	Responsable	Presupuesto
Comunicación interna Disminuir las Mejorar la comunicación interna en la Casa del Bordado Frixio mediante la optimización del clima laboral, la implementación adecuada de herramientas de comunicación para la claridad en los mensajes y la retroalimentación.	Falta de claridad en los mensajes y retroalimentación Lograr claridad en los mensajes por medio de retroalimentación, para que la información sea comprendida por los funcionarios y estén alineados con los objetivos de la empresa Casa del Bordado Frixio.	Implementar actividades para revisar si existe claridad en los mensajes y que todos estén alineados a los objetivos de la empresa.	Tres encuestas virtuales cada mes para saber si se comprendió el mensaje y la información.	Octubre - Marzo	Número de encuestas realizadas / Número de encuestas planeadas	Área de recursos humanos y comunicación	No aplica
			Establecer un buzón de dudas, donde los funcionarios puedan escribir y expresas las dudas e inquietudes.	Octubre – Febrero	Número de buzones realizados / Número de buzones planeados	Área de recursos humanos	\$200.000 (Buzón de dudas y papelería)
		Fomentar la participación de los funcionarios para generar cercanía y retroalimentación sobre las actividades y procesos realizados de la empresa	Cuatro charlas con ambiente cómodo para resolver dudas, inquietudes e inconvenientes de funcionarios.	Agosto - Marzo	Número de charlas realizadas / Número de charlas planeadas	Área de recursos humanos	No aplica
			Tres voceros que estén al tanto de dudas e inquietudes en cada área.	Agosto - Febrero	Número de voceros escogidos / Número de voceros propuestos	Todas las áreas	No aplica
			Tres capacitaciones del personal en técnicas de comunicación efectiva.	Julio – Septiembre	Número de capacitaciones realizadas / Número de capacitaciones planeadas	Área de recursos humanos y comunicación	\$700.000 Capacitador encargado
Subtotal del presupuesto							\$900.000
TOTAL DEL PRESUPUESTO							\$6.500.000

Nota: Fuente elaboración propia 2024

Para validar el plan, se llevarán a cabo ensayos, demostraciones y pruebas, asegurando la correcta ejecución de las actividades. Se garantizará que los responsables de cada área comprendan claramente sus funciones en cada actividad y se cuente con los recursos necesarios para su ejecución.

Se procederá a definir los requisitos iniciales del proyecto mediante listas detalladas, elaboradas dos meses antes de la implementación del plan de acción por parte de los responsables designados. Posteriormente, se establecerá un documento oficial con la firma de los responsables de las actividades del plan.

Se llevarán a cabo reuniones generales semanales para analizar el progreso del proyecto. Asimismo, se programarán reuniones con la junta directiva para presentar informes detallados y recibir retroalimentación sobre posibles mejoras o ajustes en el plan. Durante estas reuniones, se verificará el correcto cumplimiento de las actividades asignadas, asignando un supervisor a cada una.

Al finalizar cada mes, se entregarán actas, informes y documentos que evidencien el desarrollo y los resultados de las actividades realizadas. Además, se realizará una evaluación interna con los jefes de cada área para evaluar el progreso del plan y realizar los ajustes necesarios.

Es crucial realizar una verificación exhaustiva de las actividades para garantizar su correcto funcionamiento y cumplimiento de los requisitos. Esto incluye documentar los procedimientos y llevar registros adecuados.

Una validación efectiva permitirá identificar qué requisitos deben ser verificados y cuáles no, mediante un ejercicio práctico que asegure el cumplimiento de los objetivos del

plan de acción. Este proceso de aprobación y validación garantizará la efectividad y éxito del plan implementado.

Conclusiones

La comunicación interna, las herramientas de comunicación, el clima y ambiente laboral, son temas importantes en toda empresa, van unidos, ya que influyen y repercuten en los funcionarios, en la identidad de la empresa y en los objetivos generales.

En este trabajo se reflejan los temas anteriores, cómo las falencias y los puntos para mejorar y potencializar, por medio de una correcta implementación de la empresa sobre plan de acción propuesto, el cual contiene objetivos claros, cada uno con sus respectivos análisis y con actividades.

Es importante que la empresa Frixio ejecute el plan de acción propuesto en este trabajo, con la realización si es posible de todas las actividades o de la mayoría y se recomienda la participación de un porcentaje alto de los funcionarios, ya que son con quienes se deben de trabajar.

La empresa Casa del bordado Frixio, al ser una empresa grande tiene muchos temas que abarcan y otros que no se alcanza a abarcar por completo y las falencias pueden llegar a estar presentes y es por esto por lo que es fundamental, tratar de abordar la mayor cantidad de ellas, para que se consiga un crecimiento y mejora continua.

La comunicación interna es fundamental para el funcionamiento efectivo de Casa del Bordado Frixio; los comentarios de los empleados resaltan tanto aspectos positivos como áreas de mejora en la comunicación dentro de la empresa.

El clima laboral positivo contribuye significativamente al bienestar de los empleados y al éxito organizacional. Sin embargo, la existencia de tensiones y falta de claridad en la comunicación pueden afectar negativamente el ambiente de trabajo.

La implementación de un plan estratégico de comunicación interna es esencial para abordar los desafíos identificados y mejorar la eficacia de la comunicación dentro de la empresa.

La participación activa de los empleados en el proceso de comunicación interna es crucial para promover un sentido de pertenencia y fortalecer la colaboración entre equipos y departamentos.

La diversificación de los canales de comunicación, incluyendo medios tradicionales y digitales, garantiza una cobertura completa y efectiva de la información, adaptándose a las preferencias y necesidades de los empleados.

La retroalimentación constante es clave para asegurar la claridad en los mensajes internos y promover una comunicación efectiva dentro de la empresa. Es fundamental establecer canales que faciliten el intercambio de opiniones y sugerencias.

La cultura organizacional de Casa del Bordado Frixio juega un papel crucial en la promoción de un ambiente laboral positivo y en el fortalecimiento del sentido de pertenencia de los empleados. Es importante promover valores y principios que fomenten la colaboración y el trabajo en equipo.

La transparencia en la comunicación interna es esencial para generar confianza entre los empleados y la dirección. Garantizar el acceso a información clara y precisa promueve un ambiente de trabajo más transparente y colaborativo.

La evaluación periódica de las estrategias de comunicación interna implementadas permite identificar áreas de mejora y realizar ajustes según sea necesario. Es fundamental

mantener un enfoque de mejora continua para garantizar la eficacia de la comunicación dentro de la empresa.

El compromiso tanto de la dirección como de los empleados con el proceso de comunicación interna es fundamental para su éxito. Es importante que todos los miembros de la organización se involucren activamente en la promoción de una cultura de comunicación abierta y efectiva.

Estas conclusiones reflejan la importancia de abordar los desafíos en comunicación interna de manera integral, promoviendo un ambiente laboral colaborativo, transparente y productivo en Casa del Bordado Frixio.

Los temas propuestos en este trabajo los cuales son la comunicación interna, el clima laboral y las herramientas de comunicación, al ser mejorados, generarán crecimiento y desarrollo tanto para la empresa, cómo para los funcionarios que la componen, siguiendo todo un mismo camino en pro al logro de los objetivos.

Recomendaciones

Se recomienda desarrollar e implementar un plan estratégico de comunicación interna que aborde las necesidades identificadas en el análisis. Este plan debe incluir objetivos claros, estrategias específicas y un plan de acción detallado.

Es importante fomentar la participación activa de los empleados en el proceso de comunicación interna. Se pueden establecer espacios formales e informales para que los empleados expresen sus opiniones, ideas y preocupaciones.

Se recomienda diversificar los canales de comunicación interna, incluyendo medios tradicionales y digitales. Esto garantizará que la información llegue a todos los empleados de manera oportuna y comprensible.

Es fundamental promover una cultura de retroalimentación dentro de la empresa, donde los empleados se sientan cómodos expresando sus opiniones y recibiendo comentarios constructivos. Se pueden establecer mecanismos formales e informales para facilitar este proceso.

Se recomienda implementar acciones que fortalezcan el sentido de pertenencia de los empleados hacia la empresa. Esto puede incluir celebraciones, reconocimientos y actividades que promuevan la integración y el trabajo en equipo.

Es importante garantizar la transparencia en la comunicación interna, proporcionando acceso a información clara y precisa sobre los objetivos, políticas y decisiones de la empresa. Esto contribuirá a generar confianza entre los empleados y la dirección.

Se recomienda ofrecer capacitaciones y talleres sobre habilidades de comunicación efectiva para todos los empleados. Esto les permitirá mejorar su capacidad para transmitir mensajes de manera clara y comprensible.

Es fundamental realizar evaluaciones periódicas de las estrategias de comunicación interna implementadas para identificar áreas de mejora y realizar ajustes según sea necesario. Se pueden realizar encuestas, entrevistas y grupos focales para recopilar retroalimentación de los empleados.

Se recomienda involucrar activamente a la alta dirección en el proceso de comunicación interna. Los líderes deben ser modelos a seguir en cuanto a la comunicación abierta, transparente y efectiva.

Por último, se recomienda mantener un enfoque de mejora continua en el proceso de comunicación interna. La empresa debe estar abierta a recibir comentarios y sugerencias de los empleados y estar dispuesta a adaptarse y mejorar en función de ellos.

Estas recomendaciones están diseñadas para ayudar a Casa del Bordado Frixio a mejorar su comunicación interna y promover un ambiente laboral más colaborativo, transparente y productivo.

Referencias

ANALDEX. (2023). *ANALDEX*. Obtenido de <https://www.analdex.org/2023/01/11/nuevos-aranceles-a-la-importacion-de-confecciones/#:~:text=El%20Ministerio%20de%20Comercio%2C%20Industria,23%20de%20diciembre%20de%202022>.

ANDI. (2020). *Tecnologías avanzadas aplicadas al Sistema Moda*.

Artesanías de Colombia. (8 de julio de 2021). *Artesanías de Colombia*. Obtenido de https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/oficios-artesanales-incluidos-en-el-decreto-reglamentario-de-ocupaciones_14808#:~:text=Por%20medio%20del%20Decreto%20654,industrias%20creativas%20y%20las%20artes.

Artesanías de Colombia. (2023). *Artesanías de Colombia*. Obtenido de https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_nosotros/informacion-comunicacion-y-tecnologia-para-el-sector-artesanal_728

Artesanías de Colombia. (Octubre de 2023). *Artesanías de Colombia* . Obtenido de https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_nosotros/artesanias-de-colombia_7656

Artesanías de Colombia. (2023). *Avances de gestión*.

Arvisu Barrágan, C. E. (2016). *Plan de Comunicación Estratégica Externa Basada en Medios Digitales para Empresas de Eventos en la Ciudad de Puebla*. Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Belalcázar Belalcázar, S. (2012). *Cultura organizacional . Informes psicológicos*.

Betancourt Guerrero, B. (2014). *Análisis sectorial y competitividad* . ECOE EDICIONES .

Bonilla, H. E. (2024). Datos importantes de la empresa Bordados y Calados Flor. (M. Soto Agudelo, Entrevistador)

Bordados Express. (2024). *Bordados Express*. Obtenido de <https://bordadosexpress.co/>

Brandolini , A., González Frígoli, M., & Hopkins, N. (2009). *Comunicación interna*. La Crujía Ediciones.

Carreño Rojas, L. (2023). El Espectador.

Castro Monge, E. (2010). LAS ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y SU IMPORTANCIA EN LA BUENA GESTIÓN DE LAS EMPRESAS.

Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. Mc Graw Hill.

Chiavenato, I. (2011). *Administración de los recursos humanos*. Mc Graw Hill.

Chiavenato, I. (2017). *Planeación estratégica*. Mcgraw Hill.

Chiavenato, I. (2017). *Planeación estratégica*. Mcgraw Hill.

Corpovalle. (23 de julio de 2019). *Corpovalle*. Obtenido de <https://www.corpovalle.co/2019/07/23/fortalecimiento-empresarial-en-las-asociaciones-del-bordado-el-calado-y-el-tejido-en-el-norte-del-valle-del-cauca/>

Createx. (Octubre de 2023). *Createx*. Obtenido de <https://saloncreatex.com/es/que-es-createx/>

Crowe. (2023). *Sector industria y su difícil tránsito durante el 2023*. Crowe.

DANE. (2020). *Economía naranja*.

DANE. (2022). *Economía, Cultura y Creatividad*.

Drucker, P. (1988). *Historia y teoría del management*.

Econexia. (2023). *Econexia*. Obtenido de <https://econexia.com/es/contenidos-articulo/moda/1223/Conoce-principales-tendencias-sector-textil-para-el-2023#:~:text=Se%20espera%20que%20en%20el,la%20seguridad%20de%20los%20usuarios>.

El Tiempo. (agosto de 2022). *El Tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/vida/mujeres/createx-regresa-a-corferias-la-feria-de-la-industria-textil-colombiana-693707>

Empresa Casa del Bordado Frixio. (2023). *Frixio*. Obtenido de <https://frixiohechoamano.com/>

En Colombia. (2023). *En Colombia*. Obtenido de <https://encolombia.com/derecho/decretos/decreto-mincit/organizaciones-gremiales-artesanos/>

Escobar, D. A. (2024). Datos importantes de la empresa Calados Dukes. (M. Soto Agudelo, Entrevistador)

Fenalco Antioquia. (2023). *Fenalco Antioquia*. Obtenido de <https://www.fenalcoantioquia.com/blog/en-el-pais-una-de-cada-tres-prendas-es-de-contrabando/>

Fenitex.sas. (2024). *Fenitex.sas*. Obtenido de https://www.instagram.com/fenitex.sas/related_profiles/?hl=es

Fernández Barreda, A. D., & Polar Belón, J. C. (2017). *“Plan estratégico para la empresa Kalitex S.A.C., Arequipa 2017. Arequipa.*

Fred R. David. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica.* México: Pearson Educación.

Fred R., D. (2003). *Conceptos de administración estratégica.* PEARSON EDUCACIÓN.

Frixio. (2023). *Historia de Frixio.* Cartago.

Fundación Univalle. (2022). *Fundación Univalle.* Obtenido de <https://www.fundacionunivalle.com/news/bordados-calados-y-tejidos-una-marca-que-nace-del-fortalecimiento-empresarial-en-el-valle-del-cauca/>

García Jiménez, J. (2006). *La comunicación interna.* Madrid: Díaz de Santos S.A.

García Solarte, M. (2009). *Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una aproximación Conceptual.* Redalyc.org.

García, J. I. (2018). La ropa local también deja huella en el medio ambiente. *El Tiempo*, <https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/la-ropa-local-tambien-deja-huella-en-el-medioambiente-237302>.

Google maps. (enero de 2023). *Google maps.* Obtenido de <https://www.google.es/maps/place/Cartago,+Valle+del+Cauca/@4.7460176,-75.9629652,12479m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x8e38701d1696dfd7:0x4e5a8917e065713a!8m2!3d4.7472212!4d-75.9116289!5m1!1e4?hl=es>

Google maps. (enero de 2023). *Google maps.* Obtenido de <https://www.google.es/maps/place/Frixio+-+Bordados+de+Cartago/@4.750702,->

75.9074189,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e387000be97ada3:0xca0fcccdba8
166a!8m2!3d4.7505863!4d-75.9029298!5m1!1e4?hl=es

Gutiérrez Mejía, B. E. (2024). Datos importantes de la empresa Maria Pi. (M. Soto Agudelo, Entrevistador)

Guzman Paz, V. (2012). *Comunicación organizacional*. Red tercer milenio.

Henao Escobar, Y. (2024). Datos importantes de la empresa Yamile Henao. (M. Soto Agudelo, Entrevistador)

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

Inconvarti Ríos, M. B. (2018). *Propuesta de un plan estratégico de comunicaciones para la corporacion JUMPA JUM*. Chía: Universidad de la Sabana.

Inexmoda. (2023). *Observatorio de moda 2023 Octubre*.

La República. (marzo de 2023). *La República*. Obtenido de
<https://www.larepublica.co/especiales/lo-bueno-lo-malo-y-lo-feo-de-las-reformas/esto-es-lo-bueno-lo-malo-y-lo-feo-del-proyecto-de-reforma-laboral-del-gobierno-3580830>

La República. (enero de 2023). *La República*. Obtenido de
<https://www.larepublica.co/empresas/que-dice-la-industria-texil-y-de-confecciones-sobre-arancel-de-40-a-ropa-importada-3520474>

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2022). *Plan nacional de negocios verdes 2022 - 2030*.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (17 de Diciembre de 2021). *mincit.gov*.

Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/colombia-ya-tiene-ley-de-oficios-culturales>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (4 de Enero de 2021). *mincit.gov.co*.

Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/normatividad/leyes/2020>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (28 de Diciembre de 2022). *mincit.gov.co*.

Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/normatividad/decretos/2022>

Ministerio de Comercio, industria y Turismo. (2023). *Ministerio de Comercio, industria y*

Turismo. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/ministerio/gestion/gestion-ambiental/sistema-de-gestion-ambiental-mincit-bajo-la-ntc-is>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023). *Ministerio de Comercio, Industria y*

Turismo. Obtenido de [https://www.mincit.gov.co/ministerio/gestion/gestion-ambiental/sistema-de-gestion-ambiental-mincit-bajo-la-ntc-](https://www.mincit.gov.co/ministerio/gestion/gestion-ambiental/sistema-de-gestion-ambiental-mincit-bajo-la-ntc-is#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20NTC%20ISO,en%20este%20caso%20el%20MinCIT.)

[is#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20NTC%20ISO,en%20este%20caso%20el%20MinCIT.](https://www.mincit.gov.co/ministerio/gestion/gestion-ambiental/sistema-de-gestion-ambiental-mincit-bajo-la-ntc-is#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20NTC%20ISO,en%20este%20caso%20el%20MinCIT.)

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio.

Int. J. Morphol.

Oyarvide Ramírez , H., Reyes Sarria, E., & Montaña Colorado, M. (2017). La

comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. *Dominio de las ciencias*.

Pedrosa Azor, J. (2016). *Plan de comunicación para Distribuciones Pascual Pedrosa, S.L.*

Cartagena: Universidad Politécnica de Cartagena.

- Pérez Bustos, T. (2016). *Bordando el conocimiento propio : sistematización de experiencias y diseño participativo del tejido como práctica de cuidado en Cartago Valle*. Bogotá: COLCIENCIAS, 2016.
- Pimienta Lastra, R. (2022). Encuestas probabilísticas vs. no probabilísticas. *Redalyc.org*.
- Portafolio. (22 de marzo de 2023). *Portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/reforma-laboral-afectaria-los-precios-de-la-ropa-advierten-comerciantes-de-san-victorino-580270>
- Porter, M. (2011). *¿Qué es la estrategia?* Harvard Business Review.
- Ramos Moreno, D. C. (2012). *El Clima Organizacional, definición, teoría, dimensiones y modelos de*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
- Ribero Duarte, S. (marzo de 2023). *El Tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/fast-fashion-como-perjudica-al-medio-ambiente-747571>
- Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Redalyc.org*.
- Rondero Ospina, C. A. (Octubre de 2023). Análisis ambiente externo. (M. Soto Agudelo, Entrevistador)
- Rondero Ospina, C. A. (2023). Análisis ambiente externo. (M. Soto Agudelo, Entrevistador)
- Rondero Ospina, C. A. (Enero de 2023). Sector y competencia empresa Casa del Bordado Frixio. (M. Soto Agudelo, Entrevistador)

Sandoval Reyes, J. G. (2015). La teoría de las relaciones humanas ¿un enfoque humanista real del trabajo? *Innovación en la gestión*.

Schein, E. H. (1988). *La cultura empresarial y el liderazgo*. Barcelona: Plaza y Janes editores S.A.

Semana. (2020). *Semana*. Obtenido de <https://www.semana.com/linea-de-credito-por-5000-millones-para-artesanos/289079/>

Semana. (Marzo de 2023). *Semana*. Obtenido de <https://www.semana.com/economia/macroeconomia/articulo/contrabando-le-resta-a-la-economia-colombiana-25-billones-al-ano-advierete-la-andi/202323/#tbl-em-lnrziqa9sosqakl7glh>

Serna Gómez, H. (2008). *Gerencia Estratégica*. Bogotá D.C: 3R Editores.

Serna, Gómez, Humberto. (2008). *Gerencia Estratégica*. Bogotá D.C: 3R Editores.

Tamayo Abril, J. D., & Castillo Jara, M. E. (2014). *Bordado a mano en el Azuay*. Cuenca Ecuador: Universidad del Azuay.

Torrico Silva, I. E. (enero de 2017). *El Mundo*. Obtenido de <https://www.elmundo.com/noticia/tecnologia-textil-en-colombiauna-modernizacion-a-mediocamino/345370>

Ultra bordados. (2023). *Ultrabordados*. Obtenido de <https://ultrabordados.com/>

Ultra bordados. (2024). *Ultrabordados*. Obtenido de <https://ultrabordados.com/>

Anexos

Anexo 1 Preguntas encuesta 1 a funcionarios

Encuesta Cada del Bordado Frixio

Esta encuesta es confidencial, ya que se quiere conocer la percepción de todos los funcionarios sobre aspectos internos de esta empresa.

1. ¿Qué percepciones tiene usted sobre el ambiente y clima organizacional de Frixio?
2. Cómo calificaría la relación con sus jefes y compañeros
 - Excelente
 - Sobresaliente
 - Deficiente
 - Otro:
3. ¿Está usted de acuerdo con la asignación de funciones en su trabajo?
 - Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Otro:
4. Su sentido de pertenencia con la empresa es:
 - Alto
 - Medio
 - Bajo
 - Otro:
5. ¿Cree que sus compañeros están integrados y se unen para solucionar un problema?
 - No existe integración
 - Todos son unidos
 - Cada uno por su lado
 - Otro:
6. ¿Qué tan informados cree que están sus compañeros sobre la misión, visión y objetivos de la empresa?
 - Muy bien informados
 - Saben lo básico

- No están informados
 - Otro:
7. Con qué regularidad recibo información de lo que pasa en la empresa
- Todos los días
 - Tres veces por semana
 - Una vez por semana
 - Una vez al mes
 - Otro:
8. Tiene las herramientas necesarias para desempeñar sus funciones en la empresa
- Tengo las herramientas necesarias
 - Faltan herramientas
 - No tengo las herramientas necesarias
 - Otro:
9. De qué manera se transmite la información en la empresa
- Por reuniones
 - Por correo
 - Por WhatsApp
 - Por cartelera
 - Otro:
10. ¿Todas las áreas se comunican entre sí?
- Si
 - No
11. ¿Sabe cuántas áreas tiene la empresa?
- Si
 - No
12. ¿Considera que la empresa utiliza herramientas de comunicación adecuadas para transmitir información a los funcionarios?
- Si
 - No
13. Género
- Femenino
 - Masculino
14. Edad
- Entre 18 y 25
 - Entre 26 y 33
 - Entre 34 y 41
 - Entre 42 y 49
 - Entre 50 y 57

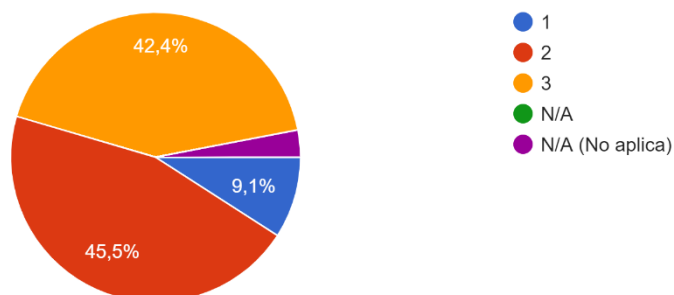
- Entre 58 y 65
 - De 65 en adelante
15. Área de la empresa
-

R _____

Anexo 2 Encuesta 2 a funcionarios

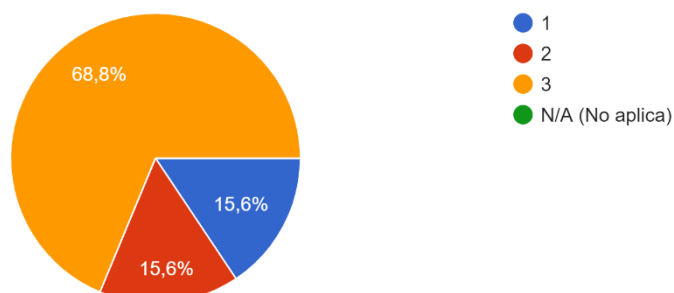
1. ¿Usted considera que la organización manifiesta de forma clara la misión, la identidad, y objetivos propuestos? Responda teniendo en cuenta ...es calificación intermedia, 3 es calificación alta.

33 respuestas



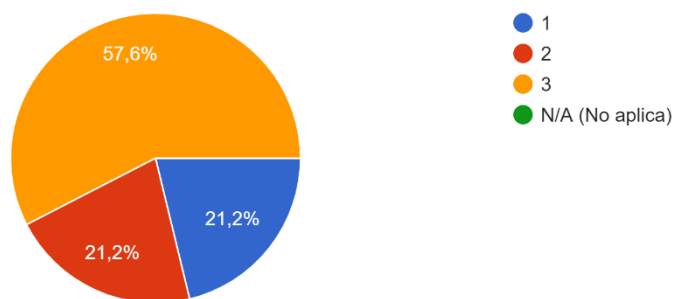
2. ¿En mi puesto trabajo cuento con los materiales y equipos necesarios? Responda teniendo en cuenta que 1 es baja calificación, 2 es calificación intermedia, 3 es calificación alta.

32 respuestas

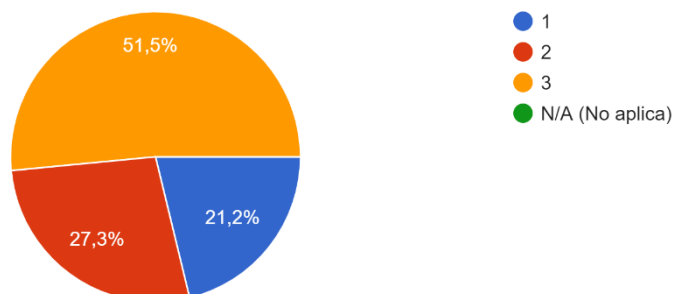


3. ¿Estoy satisfecho con los beneficios que recibo? Responda teniendo en cuenta que 1 es baja calificación, 2 es calificación intermedia, 3 es calificación alta.

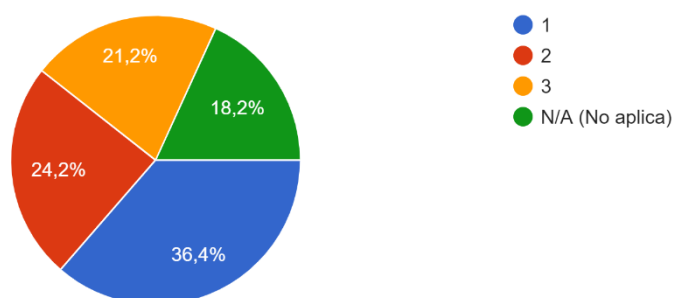
33 respuestas



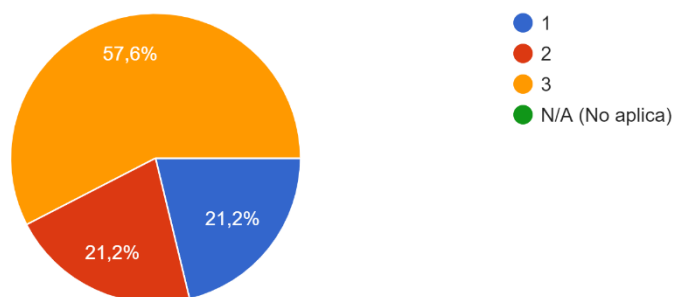
4. ¿Cuándo se presentan dificultades de opinión del personal, el jefe de área busca soluciones de manera grupal? Responda teniendo en cuenta que 1 ...s calificación intermedia, 3 es calificación alta.
33 respuestas



5. ¿Hay evidencia de que la falta de conocimiento sobre las funciones de algún departamento ha provocado quedar mal con los clientes? Responda te...s calificación intermedia, 3 es calificación alta.
33 respuestas

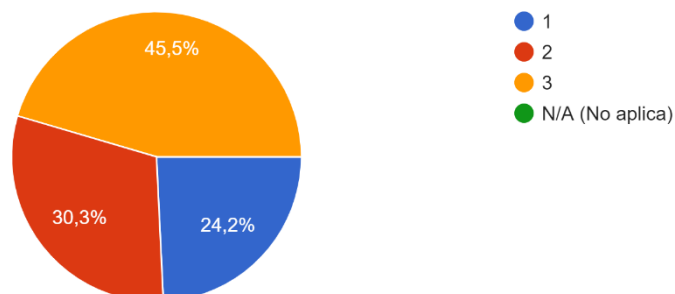


6. ¿Mi superior inmediato posee una clara visión de la dirección de nuestro grupo de trabajo? Responda teniendo en cuenta que 1 es baj...es calificación intermedia, 3 es calificación alta.
33 respuestas



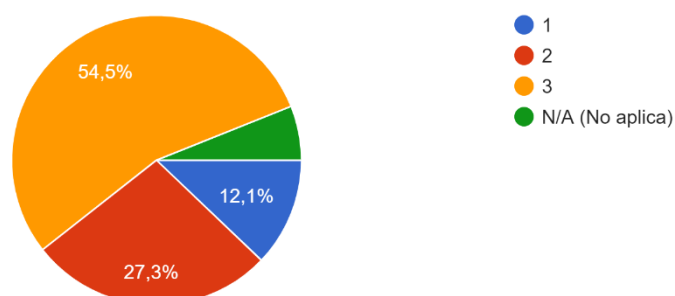
7. ¿Mi superior me comunica y orienta sobre las políticas y forma de trabajo de mi área? Responda teniendo en cuenta que 1 es baja calificación, 2 es calificación intermedia, 3 es calificación alta.

33 respuestas



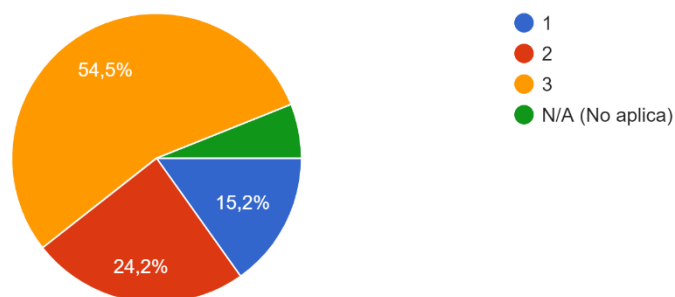
8. ¿Están establecidos los canales de comunicación entre la Dirección y las diferentes áreas de la entidad? Responda teniendo en cuenta que 1 es baja ...s calificación intermedia, 3 es calificación alta.

33 respuestas



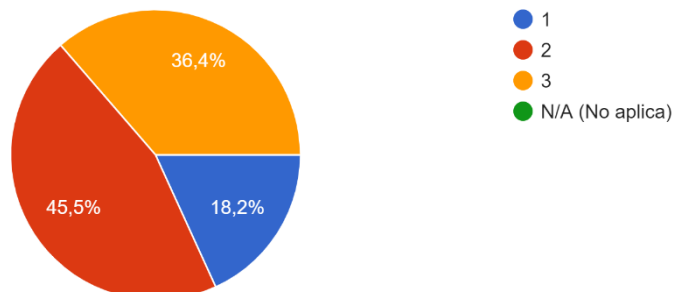
9. ¿Están establecidos los canales de comunicación entre las diferentes áreas de la entidad? Responda teniendo en cuenta que 1 es baja...s calificación intermedia, 3 es calificación alta.

33 respuestas



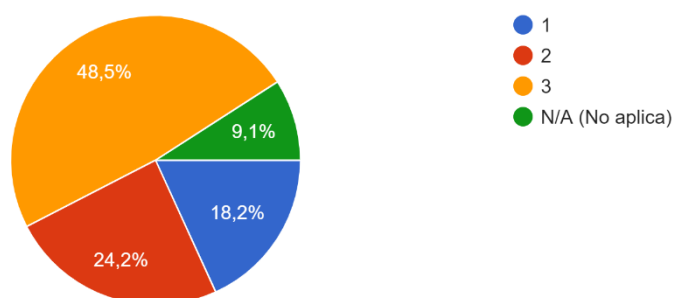
10. ¿Existe muy Buena comunicación entre los compañeros de trabajo? Responda teniendo en cuenta que 1 es baja calificación, 2 es calificación intermedia, 3 es calificación alta.

33 respuestas



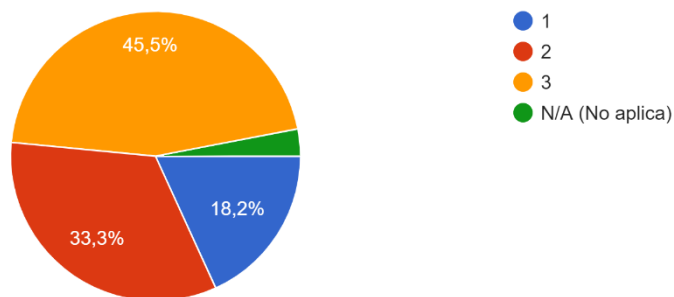
11. ¿Considera que se presenta altos niveles de estrés en su área de trabajo? Responda teniendo en cuenta que 1 es baja calificación, 2 es calificación intermedia, 3 es calificación alta.

33 respuestas



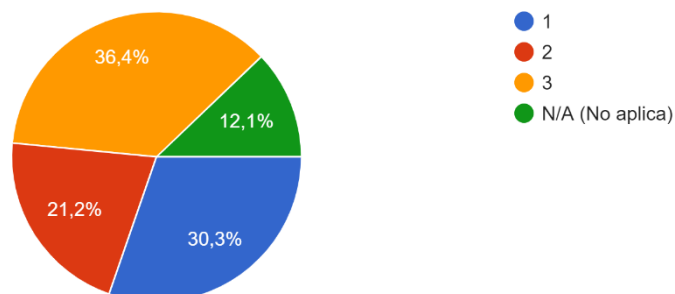
12. ¿Existen canales de comunicación directos con el jefe inmediato para hablar de situaciones de trabajo? Responda teniendo en cuenta que 1 es baja...s calificación intermedia, 3 es calificación alta.

33 respuestas



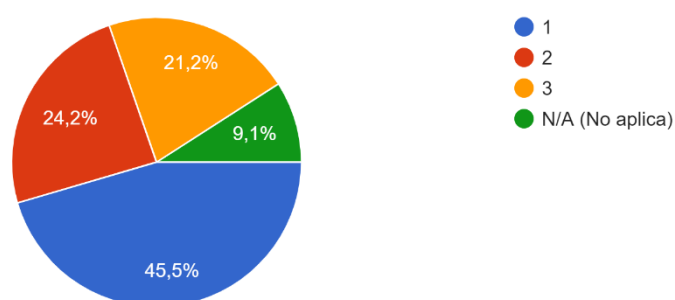
13. ¿Existe a través de la dirección capacitaciones para cada uno de los cargos? Responda teniendo en cuenta que 1 es baja calificación, 2 es calificación intermedia, 3 es calificación alta.

33 respuestas



14. ¿Existe reconocimiento de parte de la dirección para el personal, por sus esfuerzos y aportaciones al logro de los objetivos y metas de la ... es calificación intermedia, 3 es calificación alta.

33 respuestas



Anexo 3 Entrevista sobre datos importantes de Frixio

Empresa:	Casa del Bordado Frixio
Nombre del entrevistado:	Carlos Andrés Rondero Ospina
Cargo:	Cargo: Jefe de marketing
Ubicación:	Está ubicado carrera. 4 #1a-72, Cartago, Valle del Cauca
Fecha: 18/01/2024	Fecha: 16/01/2024
Objetivo de la entrevista	Obtener información de las empresas competidoras para el análisis del sector, la competencia y el benchmarking.
¿Cuánto tiempo tiene la empresa de fundada?	Alrededor de 31 años en el mercado.
¿Cómo se comunican los líderes con las demás personas?	Los líderes se comunican por medio de reuniones y por WhatsApp.
¿Qué productos se manejan y cuál es la clasificación?	Frixio está concentrada en ropa masculina y femenina, productos especiales son vestidos de primera. Se manejan otros productos como uniformes para empresas, uniformes para colegios, para diferentes actividades laborales.
¿Qué canales de distribución utilizan para que los productos lleguen al mercado?	Por medio de la página web, por WhatsApp, Instagram, Facebook, revistas, participan en ferias, en desfiles, en eventos.
¿Cómo es el proceso de calidad a la hora de mejorar los productos?	Contamos con personas capacitadas para realizar el proceso de revisión de productos, ya que es fundamental que los a los productos, se les realice una revisión.
¿Cuál es el público objetivo de la empresa?	Los hombres y las mujeres adultos
¿Cómo gestionan las relaciones con los clientes?	Por medio de los contactos, página web, redes sociales.
¿Cuáles son los criterios para contratar a una bordadora y como evalúan el desempeño?	Primero que sepa bordar, se les hace una prueba y se toma en cuenta en medir los tiempos a través de producción, de mirar que tan difícil o fácil es la puntada, basado en eso hay unas tablas tarifas que se sacan y con base a esos parámetros se les paga a las artesanas.
¿Cuáles son los valores de la empresa?	Honestidad, responsabilidad, comunicación, compañerismo, aprendizaje.
¿Cuál es la misión y la visión de la empresa?	Misión: Ser la empresa líder en la fabricación y comercialización de prendas de vestir bordadas a mano, comprometida con la calidad del producto, innovación y diseños ajustados a la petición de nuestros clientes. actualizando los requerimientos de tecnología y mercadeo

	adecuado donde cada proceso cumpla con los estándares de la más alta calidad sin perder la esencia del arte manual de los bordados de Cartago. Visión: Continuar siendo la empresa líder a nivel nacional de los bordados hechos a mano y consolidar nuestro mercado internacional con la dinámica y compromiso social enfocado a la familia que nos ha caracterizado”
¿Qué herramientas, tecnologías y sistemas de información y comunicación tiene la empresa?	A nivel de Frixio el acceso a tecnologías de punta y materias primas evolucionaron mucho, ya que gestionan la materia prima desde otros países y tienen la capacidad de adquirir materias primas y tecnologías de punta, con un poco más de facilidad que otras empresas dedicadas a la misma actividad.
Entrevistador: Melissa Soto Agudelo	

Nota: Fuente elaboración propia 2023

Anexo 4 *Entrevista a subgerente administrativa Frixio*

Entrevista a funcionarios	
Empresa:	Casa del Bordado Frixio
Nombre del entrevistado:	Francia Milena Rodríguez
Cargo:	Subgerente administrativa
Fecha:	12/04/2023
Objetivo de la entrevista:	Recolectar información por parte de los miembros de la organización para evaluar la comunicación interna y el ambiente y clima laboral.
¿Como es la comunicación y el clima y ambiente laboral?	Cada persona es en lo suyo, tenemos nuevos compañeros, porque parecemos caballitos, trabajen, trabajen, algunas veces entran muchas personas y no todos conocemos a la parte operativa, a veces nosotros en la calle nos encontramos a otra compañera y uno dice hay mira tiene el uniforme, mejorar la integración y lo que pasa es que algunas veces las horas, algunas veces es tu llegas y el tiempo es hacer lo que vas a hacer para que pueda rendir, si uno no tiene una buena relación con los compañeros, como en el colegio cada persona tiene su combito, entonces acá en la empresa pasa lo mismo, acá no nos integramos mucho porque cada uno se reúne con los cuales tiene alguna afinidad, algunas veces hay compañeros que uno mira y llevan 3 meses trabajando y uno dice ay mira en qué momento.

Nota: Fuente elaboración propia 2023

Anexo 5 *Entrevista al jefe de marketing*

Entrevista a funcionarios	
Empresa:	Casa del Bordado Frixio
Nombre del entrevistado:	Carlos Andrés Rondero Ospina
Cargo:	Jefe de marketing
Fecha:	22/03/2023
Objetivo de la entrevista	Recolectar información por parte de los miembros de la organización para evaluar diferentes factores importantes.
¿Como es la comunicación y el clima y ambiente laboral?	Pues aquí hay varias comunicaciones internas, pues para ser una empresa grande, es una comunicación en el cual no hay planes comunicativos, que no hay un plan de distribución de flujo de la información estoy seguro que no lo hay, pero basado en esos pilares nos entendemos internamente, logramos sacar mucha producción encima, sacar una producción de Frixio implica demasiada tercerización.
¿Como ha hecho Frixio para adaptarse al mundo tecnológico?	Frixio es una empresa de confecciones que se ha venido trasformando lentamente, así que en el año 2005 Frixio inicio un poquito su transformación digital, creo que fue una de las primeras empresas pioneras de artesanías en Cartago que comenzó a pensar tener como una página, como tener una comunidad para atender sus clientes por lo digital y desde entonces nos trasladamos, hoy en día Frixio es una empresa que todo su presupuesto está destinado publicitariamente solo a contenidos digitales y solo a plataformas digitales. Anteriormente Frixio pautaba en el periódico el tiempo y esa era nuestra mayor pauta y todos esos presupuestos se recogieron y hoy en día son 100% digitales

Nota: Fuente elaboración propia 2023

Anexo 6 *Entrevista sobre ambiente externo*

Entrevista a funcionarios	
Empresa:	Casa del Bordado Frixio
Nombre del entrevistado:	Carlos Andrés Rondero Ospina
Cargo:	Jefe de marketing
Fecha:	22/03/2023
Objetivo de la entrevista	Recolectar información por parte de los miembros de la organización para evaluar diferentes factores importantes.
¿Cuál es la incidencia sobre la legislación laboral en la empresa?	La legislación laboral se considera una amenaza para la empresa Frixio, por las siguientes razones: Hay varias personas que bordan los productos de la empresa y trabajan como independientes y esto repercute en ellas, ya que no pueden tener acceso a los beneficios e ingresos complementarios, con respecto a las personas que tienen contratos.
¿Qué materiales se importan y cuál es el porcentaje del arancel?	En Frixio se importan telas de china, insumos para la fabricación de productos, importamos repuestos, maquinarias y se exporta ropa, guayaberas, prendas bordadas. Generalmente con un 19% de IVA y cero de arancel o un arancel de un 10 % o un 5% y sin IVA.
¿Cómo se ve reflejada la inflación en la empresa?	La inflación se puede ver reflejada como una amenaza en la empresa Frixio, con respecto a los precios de las prendas, cuando un país presenta transiciones y problemas económicos. Las prendas de vestir bordadas no son económicas, son costosas y al ser un producto costoso en una sociedad que económicamente está afectada, se pueden ver muy perjudicados.

Nota: Fuente elaboración propia 2023

Anexo 7 Entrevista 2 sobre el ambiente externo

Entrevista a funcionarios	
Empresa:	Casa del Bordado Frixio
Nombre del entrevistado:	Carlos Andrés Rondero Ospina
Cargo:	Jefe de marketing
Fecha:	22/03/2023
¿Cómo se ven reflejadas las regulaciones sobre importaciones y exportaciones en la empresa?	Las regulaciones sobre importaciones y exportaciones, se pueden ver reflejada como una amenaza para la empresa Frixio, por el costo de la importación y la exportación, traer las telas a veces es complicado y exportarla también y Colombia no es un país que cuente con grandes fuentes de producción de tela como para decir que la empresa se va a abastecer de Colombia.
¿Qué puede analizar sobre el número de competidores de la empresa?	Numero de competidores: En la ciudad de Cartago hay alrededor de 109 talleres de bordados, por la pandemia se acabaron muchos talleres y quedan pocas casas grandes de bordados. Según lo anterior, Frixio no es que tenga una competencia bien marcada, porque se diferencian cuatros factores: primero la calidad, segundo los estándares de calidad, tercero los estándares de confección de los productos, cuarto se producen en una fábrica bajo unos modelos de producción establecidos que generan calidad en las prendas.
¿Cuál es el análisis del número de proveedores importantes de la empresa y cuáles son?	Número de proveedores importantes: Las telas son con importadores nacionales, se compran telas a Lafayette, a Protelas, a empresas colombianas que traen algún tipo fibra que la empresa utiliza, en insumos se compra a Comotex, también a Patprimo telas, en cuanto a botones con Codax cadena o con la industria Induboton o si es muy costoso, la empresa directamente lo importa. Existen proveedores diferentes para las diferentes materias primas, en Colombia la empresa se abastece de Bogotá, Medellín, barranquilla, que son los principales proveedores.

Anexo 8 *Entrevista al propietario de Calados Dukes*

Entrevista a competidores	
Empresa:	Calados Dukes
Nombre del entrevistado:	Duván Antonio Escobar
Cargo:	Propietario
Ubicación:	Está ubicado en la carrera 5 # 7 – 05 local 2 Cartago Valle
Fecha:	18/01/2024
Objetivo de la entrevista:	Obtener información de las empresas competidoras para el análisis del sector, la competencia y el benchmarking.
¿Cuánto tiempo tiene la empresa de fundada?	La empresa fue fundada hace 5 años, la empresa es un negocio familiar
¿Cómo se comunican las personas líderes con los demás trabajadores?	Por WhatsApp
¿Qué productos hay y porque eligieron esos productos?	Distribuyo ropa de hombre, escogimos los productos porque lo que son guayaberas, pantalones es lo que más se vende y para todos los eventos sociales son ese tipo de ropa, matrimonios, bautizos, primeras comuniones, cumpleaños, esa es la ropa que la gente escoge.
¿Qué canales de distribución utilizan para que el producto llegue al mercado?	Por medio de WhatsApp e Instagram y en el punto de venta el turista que entre.
¿Cuál es el público objetivo de la empresa?	Público objetivo son los hombres adultos
¿Como gestionan las relaciones con los clientes y como hacen para fidelizar los que ya tienen?	Los tenemos en WhatsApp y los vamos contactando.
¿Tienen estrategias de marketing para aumentar el alcance de la empresa?	No tenemos estrategias de marketing
¿Cuáles son los criterios para contratar a una bordadora y como evalúan el desempeño?	Primero que todo que tenga experiencia en bordar y calar, nosotros nos fijamos muy bien en las puntadas, en los terminados y que traten bien las prendas siempre estamos muy pendientes de eso, las bordadoras calan en la casa, ellos les entregan los productos.
¿Qué maquinarias tienen para el funcionamiento de la empresa?	Las bordadoras tienen sus bases para calar y las costureras tienen la máquina, la pega botón, la que hace ojales.
¿Cómo la empresa determina los precios y tarifas de los productos?	Nosotros sacamos el costo, el valor de la tela, el pago de bordados, la echa de la prenda, la planchada, le sacamos costos y luego le ponemos una utilidad no menos de un 30% o 40%.
¿Toman en cuenta los precios de la competencia?	En algunos, porque en calidad nosotros somos los únicos que distribuimos el lino, es las más fino que hay en todo Cartago, la mayoría trabajan es con lino Cartago, lino Paola, lino Milán, que son de costos muy bajos, este es un lino de \$110.000

	nosotros porque se los pedimos a los judíos que ellos los importan, entonces les pedimos los royos y las demás empresas de pronto no tienen la capacidad de estar comprando este tipo de lino, entonces no nos igualamos mucho al precio porque nosotros aquí trabajamos por calidad, no nos interesa si ellos venden más.
¿Cuál es el producto con el precio mayor y el producto con el precio menor?	Precio mayor del producto 350.000 y el menor 180.000.
Entrevistador: Melissa Soto Agudelo	

Nota: Fuente elaboración propia 2023

Anexo 9 Entrevista a propietaria de Bordados Maria Pi

Entrevista a competidores	
Empresa:	Bordados María Pi
Nombre del entrevistado:	Beatriz Eugenia Gutiérrez Mejía
Cargo:	Propietaria
Ubicación:	Está ubicado carrera 5 # 7 – 44 Cartago Valle
Fecha:	18/01/2024
Objetivo de la entrevista:	Obtener información de las empresas competidoras para el análisis del sector, la competencia y el benchmarking.
¿Cuánto tiempo tiene la empresa de fundada?	Hace 28 años fue fundada.
¿Cuántas personas integran la empresa?	En este momento yo quedé sola acá porque yo tenía un taller y tenía las maquinarias, pero después de pandemia vendí maquinarias y todo y ya las empleadas me trabajan desde las casas de ellas.
¿Cómo se comunica con los demás trabajadores?	Yo voy a la casa de ellas, por llamada, por WhatsApp.
¿Qué productos tiene y como se clasifica?	Tengo los productos de vestidos de niña, camisas de niño, pantalones de niño, pantalón de hombre, camisa de hombre, blusas, pijamas y batolas.
¿Cuál es la misión y la visión de la empresa?	La misión y la visión es crecer lo que más se pueda y tener como mente de empresaria.
¿Cuál es el público objetivo?	El público es variado no el Cartagueño sino los turistas.
¿Qué canales de distribución se utilizan para llegar a los clientes?	Por medio de redes sociales, Instagram, WhatsApp.
¿Cómo se gestionan las relaciones con los clientes que ya se tienen y como se fidelizan?	Muchos clientes que ha tenido uno siempre llegan, vienen, escogen y se llevan la mercancía, porque ellos distribuyen en otros lugares, digamos Palmira, Cali, Villavicencio, Buenaventura.
¿Cuáles son los criterios para contratar a una bordadora y como evalúan el desempeño?	Que borden bien, que sean pulidas y que tengan responsabilidad, ante todo. Hay personas que no tienen responsabilidad, pero toca irlas lidiando e ir luchando, ese gremio es duro.
¿Cuáles son los valores de la empresa?	Hay que tener compromiso con la empresa, responsabilidad, ser muy puntual con las entregas y todo.
¿Cómo la empresa determina los precios y tarifas de los productos?	Se le saca el costo a la prenda, a la tela, el costo de la armada, el bordado y se le coloca un porcentaje.
¿Toman en cuenta los precios de la competencia?	No, yo tengo mis precios, soy muy autónoma en eso.
Entrevistador: Melissa Soto Agudelo	

Anexo 10 Entrevista a propietario de Bordados y Calados Flor

Entrevista a competidores	
Empresa:	Bordados y calados Flor
Nombre del entrevistado:	Harol Eduardo Bonilla
Cargo:	Propietario
Ubicación:	Ubicado en la carrera 5 # 7-87 Cartago Valle
Fecha:	18/01/2024
Objetivo de la entrevista:	Obtener información de las empresas competidoras para el análisis del sector, la competencia y el benchmarking.
¿Cuánto tiempo tiene la empresa de fundada?	Tiene 19 años.
¿Cuántas personas integran la empresa?	Hay 45 personas, pues aquí como tal tengo 5 personas y por fuera es un promedio maso menos de 40 señoras que nos ayudan a bordar calar.
¿Cómo se comunican los lideres con las demás personas?	Al entregarle las costuras para calar, bordar, es que se comunica uno con las señoras de afuera, ya las que trabajan aquí internas si con la persona encargada de sacar el patrón, el corte y todo eso.
¿Qué productos se manejan y cuál es la clasificación?	El producto que a nosotros nos da salida es la camisa tipo guayabera, ya luego son las blusas y hay mucha variedad, hay por ahí unas cinco diferentes modelos en blusas, pero lo que más sacamos es la guayabera.
¿Qué canales de distribución utilizan para que los productos lleguen al mercado?	Los canales de distribución es que vienen los mayoristas, gente de Girardot, del espinal, Bogotá, Tolima, vienen y compran al por mayor para revender y ya el turista tradicional que viene.
¿Cómo es el proceso de calidad a la hora de mejorar los productos?	Nosotros somos certificados por Icontec, con el hecho a mano, ellos nos revisan de que el trabajo sea hecho a mano y también la calidad de los linos, debemos de trabajar una calidad muy buena, estos son linos que no llevan poliéster.
¿Cuál es el público objetivo de la empresa?	Para nosotros el mayor cliente son las camisas para los hombres, las guayaberas que es lo que más se vende para los matrimonios, eventos.
¿Cómo gestionan las relaciones con los clientes?	Por redes, por el Facebook, WhatsApp por los contactos, se le envían las fotos y por ese medio las personas piden los productos.
¿Cuáles son los criterios para contratar a una bordadora y como evalúan el desempeño?	En este tema nos toca continuamente con las mismas personas por la calidad, tratar de sostenerle el trabajo a la misma persona para que no varíe la calidad del trabajo. Es difícil evaluar el desempeño porque como ellas trabajan en sus casas y trabajan pendientes del hogar, del niño, del marido, nosotros le llevamos y ellos ya nos entregan la prenda cada 8- 15 días, hay algunas que les rinde, otras no les rinde por eso toca tener cantidad.

¿Cuáles son los valores de la empresa?	El compromiso con nosotros y las señoras que nos ayudan, la responsabilidad de sacar una buena prenda para así sostenernos en el mercado, uno con buena calidad se sostiene.
¿Cómo gestionan las relaciones con los clientes?	Por redes, por el Facebook, WhatsApp por los contactos, se le envían las fotos y por ese medio las personas piden los productos.
¿Cuáles son los criterios para contratar a una bordadora y como evalúan el desempeño?	En este tema nos toca continuamente con las mismas personas por la calidad, tratar de sostenerle el trabajo a la misma persona para que no varíe la calidad del trabajo. Es difícil evaluar el desempeño porque como ellas trabajan en sus casas y trabajan pendientes del hogar, del niño, del marido, nosotros le llevamos y ellos ya nos entregan la prenda cada 8- 15 días, hay algunas que les rinde, otras no les rinde por eso toca tener cantidad.
¿Cuál es la misión y la visión de la empresa?	La visión y la misión es llegar mucho más adelante, que esto piden mucho para exportar, pero al ser hecho a mano es difícil por las cantidades que nos piden.
¿Qué herramientas tienen para realizar los productos?	Lo que más tengo aquí es una máquina que hace el ojal, otra que pega el botón, es lo único que utilizamos, así como se dice en tecnología, porque si no ya viene todo hecho a mano.
¿Cómo determinan los precios y las tarifas de los productos?	Los precios en base al lino que trabajamos, ya ahí le incluye uno lo que es arriendo, los servicios, los costos de cada prenda aparte de los sueldos y lo que se le paga a cada señora.
¿Cuál es la prenda con menor precio y mayor precio?	La prenda que es más costosa es la guayabera que es de 250.000 porque tenemos un lino que si usted lo va a comprar en el mercado vale \$97.000 el metro y tenemos la prenda de menos valor que es de \$95.000 que es una blusa más sencilla.
Entrevistador: Melissa Soto Agudelo	

Nota: Fuente elaboración propia 2023

Anexo 11 Entrevista propietaria Yamile Henao

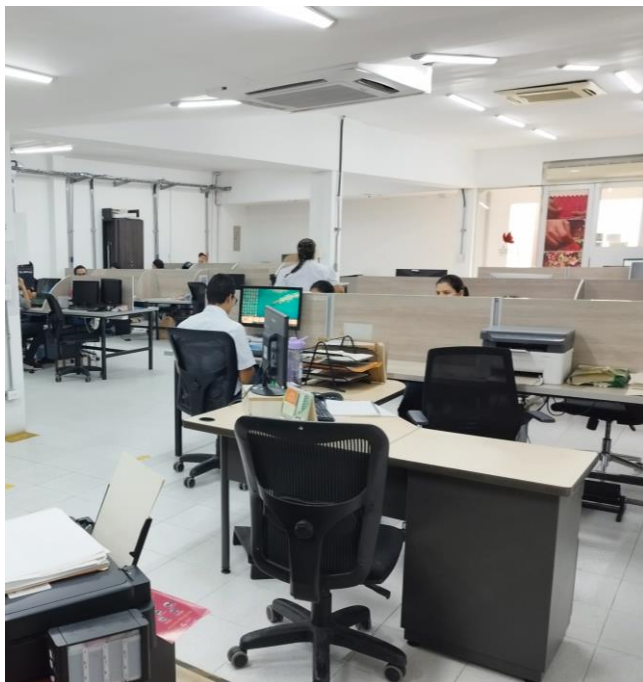
Entrevista a competidores	
Empresa:	Bordados Yamile Henao
Nombre del entrevistado:	Yamile Henao Escobar
Cargo:	Propietaria
Ubicación:	Ubicado en la Calle 17 # 6-80 Cartago Valle
Fecha:	18/01/2024
Objetivo de la entrevista:	Obtener información de las empresas competidoras para el análisis del sector, la competencia y el benchmarking.
¿Cuánto tiempo tiene la empresa de fundada?	Desde el 2018 que me gané el fondo emprender, pero es la continuación de la empresa de mi mamá que tiene más de 20 años de fundada.
¿Cuántas personas integran la empresa?	De momento trabajo con 5 modistas y 20 bordadoras, pero después de la pandemia hubo que hacer recorte de personal, entonces ahora trabajo satelitalmente y las personas que vienen a trabajar acá cuando tengo mucha producción vengo y contrato. Ahora estamos pasando por una gran dificultad es que realmente la mano de obra para el tema de confección es muy difícil, la gente quiere trabajar desde sus casas, casi todo el mundo tiene máquina, entonces todo el mundo quiere trabajar por facilidad de poder compartir con los hijos, con el esposo, con las cosas del hogar y quieren que uno todo se los lleve allá, entonces no sé cómo va a ser esto en adelante, pues porque uno quiere tener una empresa productiva, porque yo tengo mis maquinas acá improductivas y es una pena porque pues se necesita y no hay una mano de obra que supla eso.
¿Cómo se comunican los lideres con las demás personas?	Todo por WhatsApp, por teléfono, les mando la foto, llego a sus casas.
¿Qué productos se manejan y cuál es la clasificación?	Vestidos, blusas más que todo, abrigos, kimonos, chales y guayaberas de hombre con estilos diferentes, se escogieron porque son productos más vendidos.
¿Qué canales de distribución utilizan para que los productos lleguen al mercado?	Por medio de ferias, Instagram, Facebook, página web.
¿Cómo es el proceso de gestión de calidad para mejorar los productos?	Somos un poquito exigentes en temas de calidad, pues tengo un equipo de trabajo muy bueno, entonces siempre cumplen con todos los procesos de calidad, que no haya hebras, que las puntadas sean muy pulidas, que la confección sea de muy buena calidad y manejo telas que son muy buenas,

	majeo lino 100% que es lo que más me piden y es importado.
¿Cómo gestionan las relaciones con los clientes?	Tengo clientes muy fieles, porque uno les cumple con la calidad y con los tiempos y creo que es eso lo que marca la diferencia, que siempre lleve la buena calidad y que siempre se cumpla con las expectativas de pedido, llegar más allá del simple hecho de que sea el cliente, ahí las emociones también juegan un papel importante porque ya existe una relación más de amistad.
¿Cuál es la misión y la visión de la empresa?	La misión es poder cumplir con las expectativas del cliente, llegar a un mercado local, regional, nacional e internacional, he podido vender al exterior también, la visión mía es verme en otros escenarios con mi marca puesta en sobre todo en la costa atlántica.
¿Cuáles son los criterios para contratar a una bordadora y como evalúan el desempeño?	Primero la honestidad y que sean personas muy profesionales en su técnica, les hago pruebas antes de contratar.
¿Cuáles son los valores de la empresa?	La honestidad, responsabilidad, la confiabilidad, la calidad, el respeto.
¿Qué herramientas tienen para realizar los productos?	Tengo una bordadora digital pero poco la he usado, estampadora, sublimadora, y voy a entrar a un tema de bordado mixto, a mano y a máquina por la escasez que hay de personas que borden.
¿Cómo determinan los precios y las tarifas de los productos?	Me baso mucho en los costos más que en el precio del mercado, porque los precios del mercado son irreales, costo de tela, de materia prima, mano de obra, costos administrativos.
¿Cuál es la prenda con menor precio y mayor precio?	El costo menor de una prenda es de \$160.000 y el costo mayor es de \$500.000 ahí juega mucho el tema de la calidad de la tela y se le paga de manera justa a las bordadoras.
Entrevistador: Melissa Soto Agudelo	

Nota: Fuente elaboración propia 2023

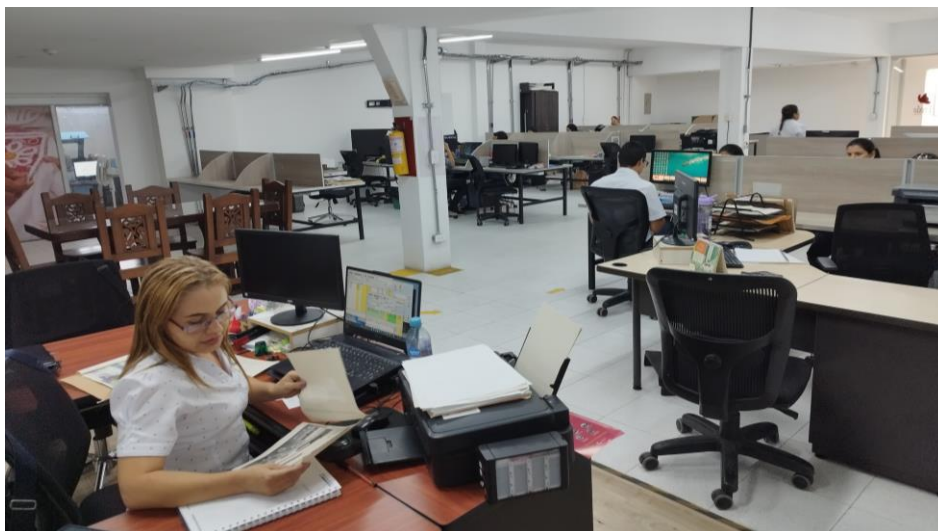
Anexo 12 Registro fotográfico de recorrido y diálogos con funcionarios Frixio**FIGURA 44** Gerencia

Nota: Fuente elaboración propia 2023

FIGURA 45 Área de contabilidad

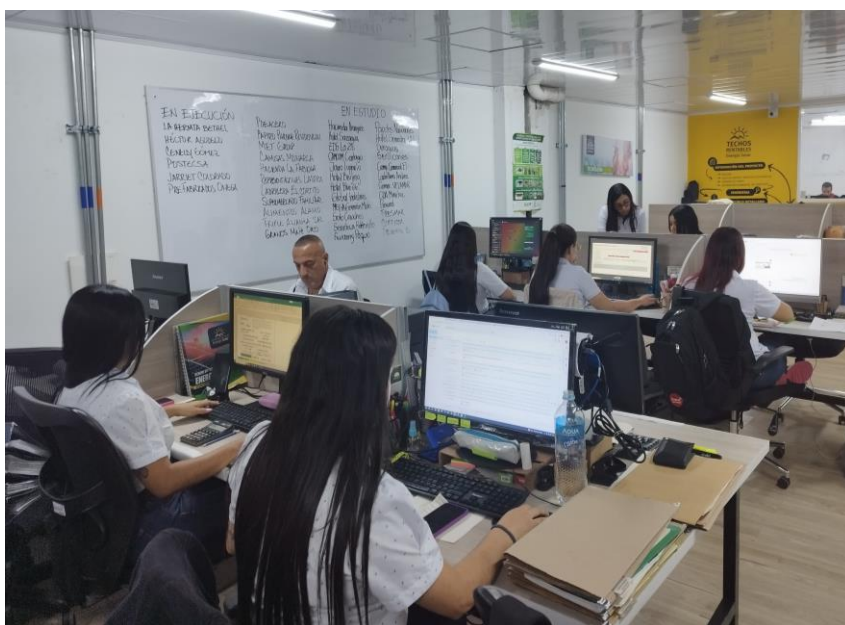
Nota: Fuente elaboración propia 2023

FIGURA 46 Área de administración



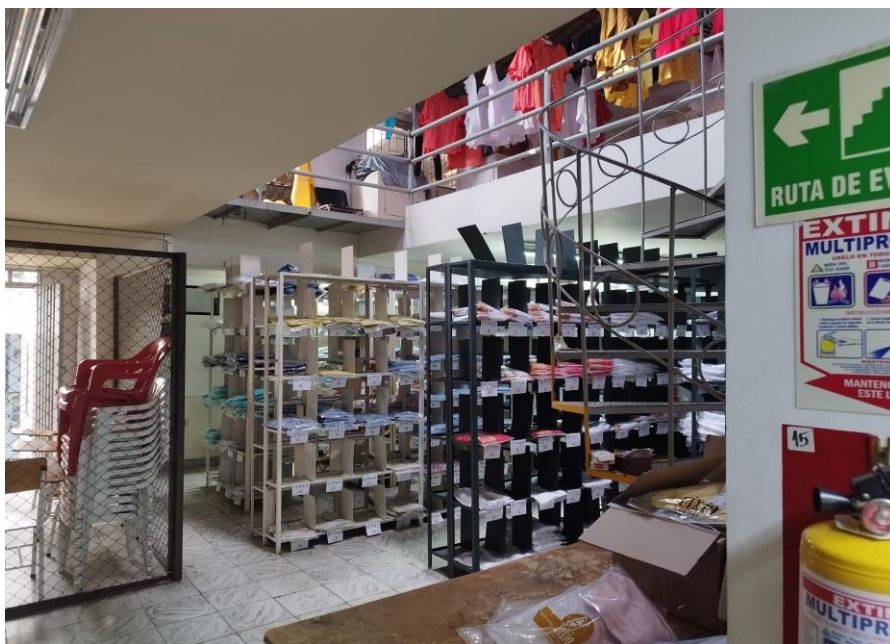
Nota: Fuente elaboración propia 2023

FIGURA 47 *Área de recursos humanos*



Nota: Fuente elaboración propia 2023

FIGURA 48 *Área comercial*



Nota: Fuente elaboración propia 2023

FIGURA 49 *Área de marketing*



Nota: Fuente elaboración propia 2023

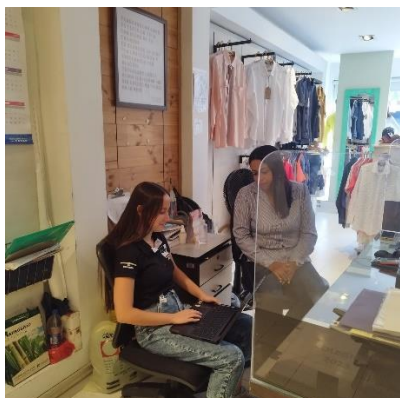
FIGURA 50 *Área de producción*



Nota: Fuente elaboración propia 2023

Anexo 13 *Fotos Entrevistas y encuestas Frixio*

FIGURA 51 *Entrevista funcionaria Frixio*



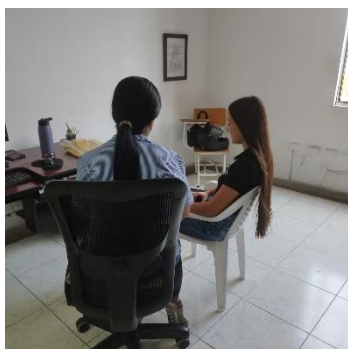
Nota: Fuente elaboración propia 2023

FIGURA 52 *Entrevista funcionaria*



Nota: Fuente elaboración propia 2023

FIGURA 53 *Entrevista a funcionaria*



Nota: Fuente elaboración propia 2023

Anexo 14 Acta modelo socialización trabajo de grado

 ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	Comité: Reunión Institucional asesoría de grado	No:	Páginas 1
	Lugar: Cartago Valle	Fecha: Abril 26 / 24	Hora Inicio: 10:00 am

Objetivos: Realizar durante el presente semestre la asesoría en la empresa Casa del Bordado Frixio

Asistentes		SI/NO	Asistentes		SI/NO
1.	Melissa Soto Agudelo	SI	3.	María Janeth Granados Niño	NO
2.			4.	Carlos Andrés Rondero Ospina	SI

Agenda	
1.	Presentación y formalización de la asesoría.
2.	Coordinación de la Universidad y la Empresa con relación a la presente investigación

Desarrollo de la Reunión:

A través de la presente informo que la estudiante Melissa Soto Agudelo con numero de cedula 1.006.293.663 y código 201856370 realizaran en el semestre febrero 2024 – junio 2024 según resolución No. 175 16 de septiembre de 2021 el trabajo de grado en la modalidad asesoría acompañado del director de trabajo de grado María Janeth Granados Niño.

Agradezco todo el apoyo por la información brindada durante este ejercicio académico que tiene como propósito aportar tanto al conocimiento como a la empresa u organización en el cual se desarrollara esta importante investigación.

Compromisos Iniciar con un Verbo		Responsable	Fecha Programada	Fecha Ejecutada
1.	Realizar la propuesta de plan estratégico de comunicación interna para la empresa Casa del Bordado Frixio en el municipio de Cartago Valle	Melissa Soto Agudelo	Agosto 22 de 2022	Abril 26 de 2024
2.				
3.				
4.				
5.				

Elaboró	Nombre: Melissa Soto Agudelo	Copias	1.	Aprobó	Nombre: Carlos Andrés Rondero Ospina
	Firma: <i>Melissa Soto Agudelo</i>		2.		Firma: <i>[Firma]</i>

F-02-12-01
V-01-2010

[Firma]
CARLOS RONDERO
Gerente

Elaborado Por: Área de Calidad y Mejoramiento
Oficina de Planeación y Desarrollo Institucional

Anexo 15 *Carta de aceptación en la empresa Frixio*

Cartago, Agosto 2 del 2022

Señores
Universidad Del Valle
Facultad Administración de Empresas
L.C

Cordial saludo,

La empresa Carlos Alberto Perea identificada con Nit 16.221.198-6 certifica que Melissa Soto Agudelo con Cedula de Ciudadanía 1.006.293.663 estudiante de Administración de Empresas de la Universidad del Valle ha sido aceptada para realizar la asesoría académica en nuestra empresa.

Para constancia de lo anterior se firma la presente en Cartago a los dos (2) días del mes de agosto del 2022.

Atentamente,

Carlos Alberto Perea Cardona
Gerente

Anexo 16 Bitácora de trabajo de grado

DIRECCIÓN DE REGIONALIZACIÓN
Sede Regional Cartago
Programas Académicos de Pregrado

BITÁCORA DE TRABAJO DE CAMPO

Periodo académico:	Febrero – Junio (I-2024)		
Programa académico:	Administración de empresas	Código:	201856370
Nombre del estudiante:	Melissa Soto Agudelo		
Título del trabajo de grado:	Propuesta de plan estratégico de comunicación interna para la empresa Casa del Bordado Frixio, ubicada en el municipio de Cartago Valle del Cauca		
Modalidad:	Asesoría		
Nombre del docente asesor:	María Janeth Granados Niño		

FECHA DE ACTIVIDAD	TEMA ABORDADO	OBSERVACIONES / RETROALIMENTACIÓN	COMPROMISOS
Abril 2022	-Elección de la modalidad asesoría. -Búsqueda de empresa para realizar la asesoría. - Visita a la empresa Frixio para proponer modalidad asesoramiento. -Carta de aprobación de la asesoría por parte de la empresa. -Comienzo de asesorías.	-Explicación y elección de la modalidad de asesoría. -Pautas para inicio del trabajo.	-Definir forma de trabajo y entregas de avances significativos.
Mayo 2022	-Visita a la empresa, recorrido general por cada área, para recolección de información. -Socialización de información obtenida en la empresa con el asesor. -Elección del tema para la realización del trabajo. -Recolección de información en la empresa. -Realización de primeros puntos del trabajo.	-Se recolecta información pertinente para el desarrollo del trabajo. -Organización de opciones de temas para elegir el tema principal del trabajo. -Elección del tema para desarrollo del trabajo	-Definición del tema principal del trabajo, con el comienzo de su respectivo análisis. -Investigación sobre los temas del trabajo en la empresa y los temas derivados de este.
Junio 2022	-Desarrollo de puntos pendientes del trabajo -Recopilación de información y documentos de la empresa necesarios para el trabajo.	-Explicación sobre los puntos del trabajo y la forma de realizarlos. -Revisión del trabajo y sus respectivas correcciones	-Realizar correctamente los puntos del trabajo para entregarlo en la fecha estipulada.

	-Socialización con el asesor del trabajo. -Realización y revisión de correcciones.		
Julio 2022	-Revisión final del trabajo. -Entrega final del trabajo	-Análisis del trabajo en general. -Envío del trabajo, con los puntos que lo componen.	-Presentar el trabajo con los requerimientos adecuados.
Septiembre 2022	-Inicio de proyecto de grado y primera asesoría. -Revisión del trabajo con el asesor. -Reestructuración del trabajo y cambios generales -Envío de documentos importantes por parte de la empresa. -Organización de la primera parte del trabajo	-Volver a redactar el trabajo con las observaciones y recomendaciones. -Mejora en la redacción de ciertos puntos.	-Entregar avances en las fechas establecidas. -Analizar cada punto del trabajo y mejorarlos.
Octubre 2022	-Organización del trabajo de acuerdo con las correcciones. -Elaboración de preguntas para las encuestas a la empresa. -Socialización de información general con el asesor y correcciones.	-Mejora en redacción de ciertos puntos. - Recopilación de información de la empresa en visitas realizadas. -Mejora de puntos y anexo de información.	-Recolección de datos necesarios para el desarrollo de los puntos pendientes. -Análisis de la información de la empresa y la búsqueda de información.
Noviembre 2022	-Realización de correcciones pertinentes. -Comienzo de aplicación de las encuestas a los funcionarios de la empresa. -Definición de objetivos del trabajo. -Recolección de información, documentos importantes de la empresa.	-Investigación de temas puntuales. -Explicación para el análisis de encuestas. -Establecer objetivos de acuerdo a la información recolectada y al tema principal del trabajo.	-Investigación sobre el tema principal del trabajo y los temas derivados de este.
Diciembre 2022	-Ajustes generales al trabajo. -Comienzo de análisis de las respuestas de las encuestas.	-Se recolecta información pertinente para el desarrollo del trabajo.	-Recolección de datos actualizados para análisis de puntos pendientes del trabajo.
Enero 2023	-Revisión de la información general del trabajo. -Revisión de objetivos. -Análisis de las encuestas realizadas.	-Explicación de los puntos a corregir. -Mejorar de redacción y completar puntos pendientes.	-Cumplimiento de entregas en las fechas acordadas. -Terminación del trabajo.
Febrero 2023	-Correcciones finales del trabajo. -Entrega del trabajo con los puntos solicitados.	-Análisis del trabajo en general. -Envío del trabajo, con los puntos que lo componen.	-Presentar el trabajo con los requerimientos adecuados.
Marzo 2023	-Inicio asesorías para la última fase del trabajo de grado. -Recolección de información y análisis de las encuestas para desarrollo de objetivos. -Descripción de los objetivos y correcciones generales.	-Revisión general del trabajo. -Recomendaciones para el análisis de los objetivos y puntos para tener en cuenta. -Análisis de información suministrada por la empresa.	-Cumplimiento de entregas en las fechas acordadas. -Recolección de datos actualizados para análisis de puntos pendientes del trabajo. -Terminación del trabajo.

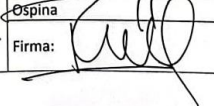
	-Socialización puntos realizados y completados del trabajo.	-Sugerencias de redacción y corrección.	
Abril 2023	-Finalización del desarrollo de los objetivos con sus respectivos análisis. -Socialización de la propuesta del plan de acción. -Revisión del trabajo y sus respectivos requerimientos. -Envío de documentos importantes para el trabajo por parte de la empresa. -Socialización del trabajo con el asesor. -Revisión final del trabajo y los documentos necesarios para la entrega final. -Ajustes preliminares.	-Correcciones generales del trabajo y recomendaciones con la redacción y normas APA. -Explicación del proceso de envío del trabajo.	-Completar los objetivos y el plan de acción propuesto en el trabajo para la correcta revisión. -Terminar las conclusiones y recomendaciones con base al tema principal del trabajo y los respectivos análisis de cada punto. -Entrega del trabajo con sus debidas correcciones y correcta redacción.
Mayo 2023	-Envío del trabajo de grado y los respectivos documentos. -Radicación del proyecto de grado.	-Análisis del proceso de envío del trabajo final. -Elaboración de documentos solicitados. -Envío del trabajo y documentos debidamente diligenciados.	-Realización y envío de trabajo de grado y documentos adjuntos.
Septiembre 2023	-Inicio de proyecto de grado y primera asesoría. -Revisión del trabajo con el asesor. -Reestructuración del trabajo y cambios generales -Envío de documentos importantes por parte de la empresa. -Organización de la primera parte del trabajo	-Volver a redactar el trabajo con las observaciones y recomendaciones. -Mejora en la redacción de ciertos puntos.	-Entregar avances en las fechas establecidas. -Analizar cada punto del trabajo y mejorarlos.
Octubre 2023	-Organización del trabajo de acuerdo con las correcciones. -Elaboración de preguntas para las encuestas a la empresa. -Socialización de información general con el asesor y correcciones.	-Mejora en redacción de ciertos puntos. -Recopilación de información de la empresa en visitas realizadas. -Mejora de puntos y anexo de información.	-Recolección de datos necesarios para el desarrollo de los puntos pendientes. -Análisis de la información de la empresa y la búsqueda de información.
Noviembre 2023	-Realización de correcciones pertinentes. -Comienzo de aplicación de las encuestas a los funcionarios de la empresa. -Definición de objetivos del trabajo. -Recolección de información, documentos importantes de la empresa.	-Investigación de temas puntuales. -Explicación para el análisis de encuestas.	-Investigación sobre el tema principal del trabajo y los temas derivados de este.

Diciembre 2023	-Ajustes generales al trabajo. -Comienzo de análisis de las respuestas de las encuestas.	-Se recolecta información pertinente para el desarrollo del trabajo.	-Recolección de datos actualizados para análisis de puntos pendientes del trabajo.
Febrero 2024	-Correcciones finales del trabajo. -Entrega del trabajo con los puntos solicitados.	-Análisis del trabajo en general. -Envío del trabajo, con los puntos que lo componen.	-Presentar el trabajo con lo puntos organizados.
Marzo 2024	-Inicio asesorías para la última fase del trabajo de grado. -Recolección de información y análisis de las encuestas para desarrollo de objetivos. -Descripción de los objetivos y correcciones generales. -Socialización puntos realizados y completados del trabajo.	-Revisión general del trabajo. -Recomendaciones para el análisis de los objetivos y puntos para tener en cuenta. -Análisis de información suministrada por la empresa. -Sugerencias de redacción y corrección.	-Cumplimiento de entregas en las fechas acordadas. -Recolección de datos actualizados para análisis de puntos pendientes del trabajo. -Terminación del trabajo.
Abril 2024	-Envío del trabajo de grado y los respectivos documentos. -Radicación del proyecto de grado.	-Análisis del proceso de envío del trabajo final. -Elaboración de documentos solicitados. -Envío del trabajo y documentos debidamente diligenciados.	-Realización y envío de trabajo de grado y documentos adjuntos.

Se sugiere actualizar permanentemente este formato en la medida en que se reúnan con la empresa objeto de estudio, teniendo como premisa que es una evidencia aplicativa que le facilitará el seguimiento al cumplimiento de sus compromisos.

Melissa Soto Agudelo

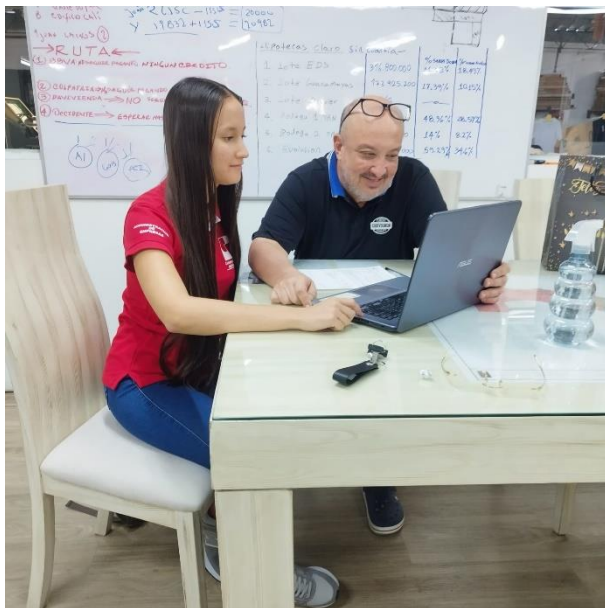
Firma del estudiante

Nombre: Carlos Andrés Bondero Ospina
Firma: 

Firma jefe marketing



Firma del docente asesor

Anexo 17 Socialización trabajo de grado**FIGURA 54** Socialización trabajo de grado con la empresa Frixio - Gerente

Nota: Fuente elaboración propia 2024

FIGURA 55 Socialización trabajo de grado con la empresa Frixio – jefe marketing

Nota: Fuente elaboración propia 2024

Anexo 18 Empresas de bordado Cartago Valle - Cámara de Comercio

Tabla 50 Empresas de bordado, suministradas por la Cámara de Comercio

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	MATRICULA	RAZON SOCIAL	MUN-COMEF	CIU-1	CIU-2	CIU-3	CIU-4	ACTIVIDAD	NOM-PROP			
2	100894	BORDADOS N	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por menor de pre	CONFECCION NOIRA GONZALEZ					
3	101765	PLEYADES.Z	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Co G4772 **	Co G4774 **	Co	CONFECCION ZULUAGA CASTAÑO LUZ CELESTE			
4	101866	CASA DE MO	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por menor de pre	CONFECCION DIANA PATRICIA VELEZ ALZATE					
5	102722	ESTRATEGIAS	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Co G4773 **	Co J5811 **	Edic #2	NOMBRE? ESTRATEGIAS METODOS Y DISCIPLINAS S.A.S.			
6	102997	CALADOS DU	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Co G4711 **	Comercio al por	COMERCIO A ESCOBAR SOTO JULIAN ANDRES				
7	103008	STELLA COLLE	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por menor de pre	CONFECCION LUZ STELLA GIRALDO PIEDRAHITA					
8	103172	CREACIONES	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por menor de pre	CONFECCION LEIDA JOHANNA RENGIFO MEJIA					
9	103258	YC BY YAMILI	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por menor de pre	CONFECCION CLAROS AVILA YAMILETH					
10	103334	CREACIONES	76147 - CART	C1392 **	Coi C1410 **	Coi G4774 **	Comercio al por	MANUALIDA LUIS GUILLERMO CANO QUINTERO				
11	103626	FREEDOM JEV	76147 - CART	C3210 **	Fat C1410 **	Coi G4771 **	Co G4759 **	Co	FABRICACIÓN SANCHEZ MONTES DIANA LORENA			
12	103647	DISEÑOS Y BK	76147 - CART	C1392 **	Coi C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por	CONFECCION NATALIA GIRALDO HOLGUIN				
13	104689	UNITEX CART	76147 - CART	G4751 **	Co C1410 **	Coi G4791 **	Comercio al por	#2 NOMBRE? LUDIVIA MENDEZ HENAO				
14	104693	DUYE+IN	76147 - CART	C1410 **	Coi G4642 **	Co G4755 **	Comercio al por	COMERCIO D COMERCIALIZADORA DUYE+IN S.A.S				
15	105605	VABADUS	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Co G4791 **	Comercio al por	CONFECCION SUSANA ARIAS LOPEZ				
16	105958	LENCERIA YEI	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por menor de pre	CONFECCION YERALDIN OSPINA RODAS					
17	106101	FORROSTYLIN	76147 - CART	C1410 **	Coi G4542 **	Mantenimiento y reparacion	(TAPICERIA P2 HILDERBRAY LOPEZ CARDONA					
18	106555	BOUTIQUE EF	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por menor de pre	CONFECCION GALEANO JARAMILLO DORIAN ANYENI					
19	106595	BORDADOS S	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por menor de pre	CONFECCION FRANCISCO JAVIER MARTINEZ ARBELAEZ					
20	106841	CLINICA DE R	76147 - CART	C1410 **	Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION DAVID RUIZ ZAPATA					
21	107255	ARTESANIAS	76147 - CART	C1410 **	Coi G4791 **	Comercio al por menor realiza	CONFECCION JEFFERSON ARCE MONTOYA					
22	107388	HILOS SAGRA	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por menor de pre	CONFECCION RESTREPO MARIA ELENA					
23	107511	COYTEX SAS	76147 - CART	C1410 **	Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION CO & TEX S.A.S.					
24	107836	TRAJES ETIQU	76147 - CART	C1410 **	Coi C3290 **	Otr N7729 **	Alc G4791 **	Co	CONFECCION ANA DORLEY SANCHEZ OSORIO			
25	107838	DISFRACES E	76147 - CART	N7729 **	Alc C1410 **	Coi G4791 **	Co C3290 **	Otr	CONFECCION MARIA SHIRLEY SANCHEZ OSORIO			
26	108258	BORDADOS E	76147 - CART	C1410 **	Coi G4711 **	Comercio al por menor en est	CONFECCION BORDADO ARTESANAL EDIS S.A.S					
27	108417	TEJIDOS Y BO	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por menor de pre	CONFECCION TEJIDOS Y BORDADOS DIGITALES D&D S.A.S					
28	108566	INDUMEDIC	76147 - CART	G4771 **	Co C1410 **	Confeccion de prendas de vest	CONFECCION STEPHANIE PATIÑO AGUDELO					
29	108981	T - 292	76147 - CART	G4643 **	Co C1410 **	Coi G4791 **	Co G4772 **	Co	COMERCIALIZ GZINCO SAS SIGLA: MERCOENCASA.COM			
30	110246	CREACIONES	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por menor de pre	Confeccion d SERNA ANGEL LINA MARCELA					

Nota: Fuente Cámara de Comercio Cartago 2023

Tabla 51 Continuación empresas de bordado Cámara de Comercio Cartago

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
31	110449	EXTREME SH	76147 - CART	G4755 **	Co C1399 **	Fat C1410 **	Coi G4773 **	Co	Comercio al p RUIZ REYES EDUCARDO				
32	110526	CONFECCION	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por menor de pre	CONFECCION TOVAR DIANA MILENA						
33	110568	AGUA MARIN	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por menor de pre	CONFECCION ESCOBAR HOLGUIN LEIDY JOHANA						
34	111094	CONFECCION	76147 - CART	C1410 **	Coi J5819 **	Otr G4771 **	Comercio al por	CONFECCION BETANCUR RESTREPO CARLOS ANDRES					
35	111140	ANONIMAS F	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por menor de pre	Confeccion d TABORDA GLEM CLAUDIA PATRICIA						
36	111175	FAJAS Y PIAJ	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por menor de pre	confeccion y VIDAL PINO LUCY JOHANA						
37	111372	CREACIONES	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por menor de pre	CONFECCION BEDOYA PALMA YULIET ANDREA						
38	111432	BORDADOS E	76147 - CART	C1410 **	Coi G4791 **	Comercio al por menor realiza	Bordados a n GALLEGO DUQUE LUZ STELLA						
39	111611	CONFECCION	76147 - CART	C1410 **	Coi G4642 **	Comercio al por mayor de pre	CONFECCION CONFECCIONES FH S.A.S						
40	111658	LUBER CARTZ	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Co G4642 **	Comercio al por	COMERCIALIZ COMERCIALIZADORA DE CONFECCIONES LUBER S.A.S					
41	111659	LUBER CARTZ	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Co G4642 **	Comercio al por	COMERCIALIZ COMERCIALIZADORA DE CONFECCIONES LUBER S.A.S					
42	111667	LA VIE EN RO	76147 - CART	C1410 **	Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	Confeccion d RAMIREZ PULGARIN MAURICIO DE JESUS						
43	111743	BORDADOS Y	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por menor de pre	Confeccion y GUTIERREZ CRUZ YENI AMILVIA						
44	111771	DOTACIONES	76147 - CART	G4771 **	Co C1410 **	Confeccion de prendas de vest	#2 NOMBRE? PARRA MARIN LOLA						
45	111854	TEXTIL PET	76147 - CART	G4791 **	Co C1410 **	Coi J5911 **	Actividades de pr	Diseño fabric GALVIS MONCADA ELIZABETH					
46	27883	BORDADOS T	76147 - CART	C1410 **	Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION TAMAYO DE SALAZAR MARIA FANNY						
47	28058	TALLER RITA	76147 - CART	C1410 **	Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION OSPINA MONTERO CLARA EUGENIA						
48	28375	BORDADOS A	76147 - CART	G4771 **	Co C1410 **	Confeccion de prendas de vest	COMERCIO A BEATRIZ EUGENIA GUTIERREZ MEJIA						
49	28805	BORDADOS A	76147 - CART	C1391 **	Fabricacion de tejidos de punto y ganchillo	FABRICACION	OSPINA GOMEZ VIVIANA						
50	36566	VECTOR	76147 - CART	C1410 **	Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION HOYOS MARIN LUZ ADRIANA						
51	37052	CASA DEL BO	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Co G4751 **	Comercio al por	CONFECCION PEREA CARDONA CARLOS ALBERTO					
52	37811	MODA ACTU	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por menor de pre	FABRICACION MODA ACTUAL LIMITADA						
53	38183	FRANCOS	76147 - CART	C1410 **	Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION FRANCO ARISTIZABAL MARIA HELENA						
54	38877	HANNA BORI	76147 - CART	C1410 **	Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION DISEÑOS Y CONFECCIONES HANNA S.A.S.						
55	42877	DISEÑOS LAU	76147 - CART	C1410 **	Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION DORIS CECILIA RIOS ARISTIZABAL						
56	45333	CREACIONES	76147 - CART	C1410 **	Coi G4771 **	Comercio al por menor de pre	CONFECCION ROSA EDILMA MONROY DIAZ						
57	46371	DISEÑO INTIN	76147 - CART	C1410 **	Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION LUZ AMANDA CASTANO DE GRANADOS						
58	47812	LINEA BORDA	76147 - CART	C1410 **	Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION SERNA GARCIA HAROLD ALFONSO						
59	48544	FASHION MC	76147 - CART	C1410 **	Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION HOYOS DE GONZALEZ MARIA LUCELLY						
60	49846	EL RINCONCI	76147 - CART	C1410 **	Coi G4719 **	Comercio al por menor en est	CONFECCION VILLAN BOLIVAR FRANCIA ISABEL						

Nota: Fuente Cámara de Comercio Cartago 2023

Tabla 52 Continuación empresas de bordado Cámara de Comercio Cartago

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
61	54256	BORDADOS R 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION HOYOS GIL RUBEN DARIO						
62	55126	TIENDA BORE 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION VELASQUEZ CUERVO CLAUDIA PATRICIA						
63	57265	YOYO CARTA 76147 - CAR	C1410	** Coi G4771	** Comercio al por menor de pre	VENTA DE PR YOYO SAS						
64	59765	DOTACIONES 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION MARISOL MONTOYA PERAZA						
65	62144	ALMACEN OF 76147 - CAR	G4771	** Co C1410	** Confeccion de prendas de vest	COMERCIO A JORGE ENRIQUE MONCADA ANGEL						
66	62596	DISEÑOS ADY 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION ARIELA MARTINEZ						
67	63401	CUNA DEL BC 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCIÓN VELASQUEZ CUERVO BLANCA ADELAYDA						
68	63453	GORRAS SPO 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCIÓN MUÑOZ CERON LEYDA BEATRIZ						
69	63615	BORDADOS Y 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCIÓN BONILLA VICUÑA HAROLD EDUARDO						
70	67380	FEERIQUE 76147 - CAR	C1410	** Coi C3210	** Fat C1513	** Fat G4791	** Co CONFECCION GRAIALES LONDOÑO LIDA SORANY					
71	68860	BORDADOS A 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION GARCIA DE SERNA MARIA AURELIA						
72	69930	BORDADOS B 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCIÓN GUSTAVO ADOLFO PUENTES BERMUDEZ						
73	73303	COLORES AR 76147 - CAR	G4754	** Co G4719	** Co C1399	** Fabricacion de o	COMERCIO A SANDRA MILENA VERGARA					
74	73325	JM UNIFORM 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION ATEHORTUA CALDERON LUIS HERNANDO						
75	73349	UNIFORMES 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION ATEHORTUA CALDERON MARIO ARTURO						
76	74517	TIENDAS TON 76147 - CAR	C1410	** Coi C1313	** Ac G4771	** Co G4642	** Co CONFECCION PRAXEDIS DE ARTUNDUAGA S.A					
77	77493	PRENDAS MII 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION MARIA ADELAIDA AGUDELO AREVALO						
78	77639	INVERSIONES 76147 - CAR	G4771	** Co C1410	** Coi G4759	** Co G4799	** Ot COMERCIO A ALEJANDRO TORRES AULESTIA					
79	78518	AIRTEC INDU 76147 - CAR	C3312	** Ma G4659	** Co C1410	** Coi G4774	** Co Mantenimier AIRTEC INDUSTRIAL S.A.S.					
80	79912	CREACIONES 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCIÓN STELLA TANGARIFE						
81	80001	JULIA ALMEC 76147 - CAR	G4799	** Ot C1410	** Confeccion de prendas de vest	TALLER DE BC ALMECIGA CASTRO CARMEN JULIA						
82	80447	PLAZOLETAS 76147 - CAR	G4771	** Co C1410	** Coi G4643	** Co G4772	** Co COMERCIALIZ CRISALLTEX S.A.					
83	80631	ENJOY SPORT 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	LA PRODUCC ENJOY SPORTS WEAR S.A.S.						
84	81812	SEXYS COLLE 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCIÓN RESTREPO AGUDELO CRUZ CECILIA						
85	81821	CHEN DESIGN 76147 - CAR	G4771	** Co C1410	** Confeccion de prendas de vest	COMERCIO A PAULA ANDREA ACEVEDO SIERRA						
86	82170	MACADA BY 76147 - CAR	G4751	** Co G4755	** Co C1410	** Confeccion de pr	COMERCIO A ROZO BARBOSA DANIELA					
87	83453	TALLER D&C 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	TALLER DE CC RAMIREZ ECHEVERRI ROSA EDILMA						
88	85651	MUNDO MO 76147 - CAR	G4541	** Co C1399	** Fat C1410	** Coi N7912	** Ac VENTA DE CA MUNDO MOTEROS S.A.S.					
89	85894	BORDADOS A 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCIÓN GALVIS PUENTES MAURICIO						
90	86145	LA GORDA AI 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION CARMONA BUITRAGO RUBIELA						

Nota: Fuente Cámara de Comercio Cartago 2023

Tabla 53 Continuación empresas de bordado Cámara de Comercio Cartago

91	86304	BORDADOS Y 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION GARCIA MARIN MARIA NELLY						
92	88783	VALESCO BOI 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION ESCOBAR SOTO ANA MARIA						
93	91665	VITAL SPACE 76147 - CAR	P8552	** En C1410	** Coi G4799	** Otros tipos de c	INSTRUCCION CABRERA SANCHEZ OSCAR ANDRES					
94	91819	CHOA DESIG 76147 - CAR	C1410	** Coi M7410	** Actividades especializadas de	DISEÑO Y MA RESTREPO VEJARANO GIOVANNA						
95	92377	VICENTINA B 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION DISEÑOS Y CONFECCIONES HANNA S.A.S.						
96	93193	DISEÑOS AM 76147 - CAR	C1410	** Coi G4771	** Comercio al por menor de pre	CONFECCIÓN LOPEZ QUICENO AMPARO						
97	93462	YAMILE HEN 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCIÓN YAMILE HENAO DISEÑOS BORDADOS S.A.S.						
98	9379	MOD- IN- MC 76147 - CAR	C1410	** Coi G4771	** Comercio al por menor de pre	CONFECCIÓN MOD IN MODA INDUSTRIAL S.A.S.						
99	95144	BORDADOS L 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	CONFECCION BORDADOS LUZ S.A.S.						
100	95560	A - TONO EST 76147 - CAR	G4771	** Co C1410	** Confeccion de prendas de vest	CONFECCIÓN CARDONA MARIN YULIANA						
101	95761	TIENDAS TON 76147 - CAR	C1410	** Coi C1313	** Ac G4771	** Co G4642	** Co CONFECCION PRAXEDIS DE ARTUNDUAGA S.A					
102	95903	UNIFORMES 76147 - CAR	C1410	** Coi G4771	** Comercio al por menor de pre	CONFECCIÓN CRISTIAN DAVID ABRIL OSPINA						
103	96498	ROOTT+CO C 76147 - CAR	G4771	** Co C1410	** Confeccion de prendas de vest	VENTA DE TC ROOTT CO S.A.S.						
104	97054	OFFCORSS NI 76147 - CAR	C1410	** Coi G4642	** Co G4771	** Co G4759	** Co CONFECCION C.I. HERMECO S.A.					
105	97267	PLAZOLETAS 76147 - CAR	G4771	** Co C1410	** Coi G4643	** Co G4772	** Co COMERCIALIZ CRISALLTEX S.A.					
106	97379	SASTRERIA CI 76147 - CAR	C1410	** Coi G4719	** Comercio al por menor en est	SASTRERÍA Y LUZ HELENA PATIÑO CARVAJAL						
107	97825	TIENDAS TON 76147 - CAR	C1410	** Coi C1313	** Ac G4771	** Co G4642	** Co CONFECCION PRAXEDIS DE ARTUNDUAGA S.A					
108	97831	123BABY 76147 - CAR	G4771	** Co G4791	** Co C1410	** Coi G4754	** Co COMERCIO A ISALENA S.A.S.					
109	99949	BORDADOS Y 76147 - CAR	C1410	** Confeccion de prendas de vestir	excepto pr	BORDADOS II JORGE IVAN BOHORQUEZ LOPEZ						

Nota: Fuente Cámara de Comercio Cartago 2023