

Establecer la influencia del capital humano en la competitividad de las empresas textiles de Hidalgo para que puedan enfrentar los retos del mercado

Juan Carlos Teodoro Cano¹, Ma. de Lourdes Elena García Vargas²
Lázaro Jaime Garrido López³ y Cuauhtémoc Crisanto Campos Rangel⁴

Resumen—Contar con el capital humano adecuado, con actitud proactiva, poseedor de diferentes tipos y combinaciones de competencias que a su vez se reafirman con recursos y técnicas valiosas para una organización lleva múltiples beneficios. Para establecer la influencia de éste en la competitividad de las empresas textiles se consideró un enfoque cuantitativo, se aplicó un instrumento basado en el Modelo de Competitividad del Capital Humano a propietarios y administradores de 10 empresas en Tepeji del Río, posteriormente se dirigirá a Tizayuca, Atitalaquía y Pachuca. El 97.5% considera necesario que el capital humano tenga conocimientos necesarios para eficientar recursos, 95% refiere que con mayor conocimiento de su área el capital humano es competitivo, 95% la satisfacción total permite que la empresa sea competitiva, 87% considera competitiva la empresa cuando el capital humano logra incrementar las ventas. Se demuestra que el Capital Humano y sus indicadores son vitales para lograr la competitividad.

Palabras clave— Economía laboral, Capital humano, Competitividad.

Introducción

A partir de 1995, por la firma del TLCAN, la industria textil y de la confección en México registró un notable desempeño en materia de exportaciones. Desde 1997 y hasta 2002, la industria de la confección mexicana ocupó el primer lugar como proveedor de prendas de EUA. Desde el año 2007 esta industria se ha visto afectada por la inclusión de China a los países Latinoamericanos, convirtiéndose como primer proveedor de EUA, y México el segundo proveedor, García y Sánchez¹, 2015.

En los últimos quince años, la industria textil ha enfrentado una crisis que se traduce en la baja de producción, empleo y ventas, además de una continua pérdida de competitividad. Los problemas internos que presentan las industrias textiles corresponden a la dificultad de que sean consideradas sujeto de crédito (por lo que se dificulta obtener una fuente de financiamiento), a la tecnología obsoleta, la falta de planeación, de innovar en procesos de manufactura, de incrementar las estrategias competitivas, al incremento en el costo de insumos, a la falta de un clima favorecedor para los negocios,

Los problemas con el exterior se ven reflejados en el incremento del mercado ilegal y los acuerdos comerciales firmados por nuestro país con diversas economías del mundo que dan ventajas a otras naciones, limitando su posición competitiva en el mercado internacional, además del incremento en el costo relativo de insumos nacionales vs. insumos extranjeros como los que provienen de China y Taiwán y las estrategias competitivas que mantienen a los principales competidores y compradores mundiales y textiles, por lo que las principales tendencias internacionales identificadas para la industria textil están centradas en la continua pérdida de empleos, la migración de las capacidades textiles a países en desarrollo más competitivos.

Esta situación se ha considerado alarmante, razón por la cual los secretarios de Hacienda y Economía, Luis Videgaray e Idelfonso Guajardo dieron a conocer las estrategias que el gobierno operará para volver al sector textil y vestido más competitivo y productivo considerando el apoyo a la innovación, calidad y competitividad además de tomar medidas aduaneras contra la competencia desleal y los nuevos productos de financiamiento para los empresarios del sector y generar un esquema para avanzar en la productividad; por lo que, la medida relacionada con el apoyo a la innovación y al incremento de la competitividad busca incentivar el consumo del mercado interno e internacionalizar los productos con la indicación de que el estado que Hidalgo será el primero en recibir los beneficios, Forbes², 2014.

¹ Juan Carlos Teodoro Cano es estudiante de la Licenciatura en Administración de la UAEH, ESTE. Becario PRODEP juan-ka13@live.com.mx

² Dra. Ma. de Lourdes Elena García Vargas es Profesora Investigadora de la UAEH, ESTE. Autor corresponsal. ada_17_lds@hotmail.com

³ Mtro. Lázaro Jaime Garrido López es Coordinador de la Licenciatura en Administración UAEH, ESTE. jlgarrido@hotmail.com

⁴ Dr. Cuauhtémoc Crisanto Campos es profesor investigador de la Universidad Politécnica de Tlaxcala de la Facultad de ciencias económico administrativas. dr_ccc_85@hotmail.com

De acuerdo a la Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Hidalgo, SEDECO³, 2015 el rubro del sector industrial-manufacturero presentó una reducción del crecimiento del 0.4% considerado porque los empresarios del ramo textil tienen que pagar altas cantidades monetarias en servicios; por ello, algunos de los talleres de la región han optado por trabajar casi de manera artesanal, en lugar de incluir equipos de alta tecnología en sus procesos de confección por falta de recursos económicos, García y Sánchez⁴, 2015.

Además de estas medidas gubernamentales citadas con anterioridad es necesario establecer la influencia del capital humano en la competitividad, relacionada con el diseño y la innovación de productos, con la mejora en las prácticas administrativas, con la calidad y el servicio al cliente, considerando que la fortaleza más importante de las empresas radica en ser competitivas por la calidad del producto y el buen servicio proporcionado al cliente, reduciendo los costos de producción, mano de obra e insumos, incrementando la tecnología de punta, volumen de la producción, de las ventas, innovando en procesos, generando nuevas ideas, ya que las empresas textiles altamente competitivas se caracterizan por poseer tecnologías avanzadas y personal altamente calificado. Pero ¿Qué es la competitividad? ¿Cómo lograrla? ¿Qué se debe considerar cuando se habla de Capital Humano?

La competitividad se refiere a la capacidad de una empresa para producir bienes y servicios destinados a mercados diferentes donde compite, incrementando su participación relativa en ellos y obteniendo una utilidad con la que se retribuye a los propietarios de todos los recursos implicados, García y Ramírez⁵, 2012.

Para lograr la competitividad se requiere de habilidades, conocimientos y procesos desarrollados por las personas que trabajan dentro de una empresa y que sustentan y renuevan la ventaja competitiva de la misma. El análisis de las competencias necesarias o esenciales para lograr la competitividad surge a comienzos de los años ochenta, desde entonces, un problema para la operacionalización e investigación en general sobre el tema ha sido la falta de definición de consenso en torno a la definición del concepto mismo, Wernerfelt⁶ 1984, Barney⁷1991, Teece, Pisano y Shuen⁸ 1997; Leonard-Barton⁹ 1992; Bueno, Morcillo y Salmador¹⁰ 2004). Los estudiosos de las competencias esenciales de las empresas consideran también los recursos que, a su vez, se convertirán por medio de estrategias en competencias. El conjunto de éstas permitirán desarrollar la ventaja competitiva de las empresas para llegar a la excelencia, García y Ramírez¹¹, 2012. Si se desea obtener un alto nivel de competitividad en el mercado, primero se debe obtener un alto nivel de eficiencia y productividad en la empresa con el apoyo del Capital Humano, lo que permitirá obtener una mayor competitividad frente a las demás empresas que en definitiva son las rivales. Una ventaja competitiva facilitará la penetración de la empresa en el mercado y colocará a la organización en una posición privilegiada en el área.

El capital humano es el recurso intangible inseparable e indisoluble de su portador, se considera como un conjunto de conocimientos adquiridos por una persona que incrementan su productividad y el valor de su contribución a la empresa. Engloba los contactos y relaciones personales, cualidades individuales como reputación, lealtad, polivalencia o flexibilidad. Por sus diferentes implicaciones desde el punto de vista de la gestión empresarial se distinguen dos tipos de capital humano: genérico y específico.

El capital humano genérico es valioso en cualquier actividad productiva, algunas empresas apenas invierten en su formación; si lo hicieran, la inversión realizada sería en su mayor parte apropiable por el trabajador, ya que la mayor productividad y valor resultantes serían aprovechables por cualquier otra empresa que le contratase en el futuro; la empresa que realiza la inversión se beneficia no obstante de la satisfacción y la correspondiente motivación que toda formación proporciona a la persona.

El capital humano específico incluye conocimientos y habilidades, valiosos en el contexto de una empresa particular. Se forma como un producto complementario de la actividad laboral, a través del aprendizaje, de la interacción con otros miembros de la organización y de la enseñanza explícita y los programas de formación que se imparten en la propia empresa. Los trabajadores que llegan a dominar determinada actividad desarrollando una habilidad concreta y específica adquieren más valor para la empresa, porque los servicios que pueden proporcionar se incrementan con el conocimiento de sus métodos y del mejor modo de actuar, por lo que invertir en capital humano específico es beneficioso para la empresa ya que ese capital aumenta la productividad del trabajador y tiene poco valor fuera de ella, Hall¹², 1992.

El análisis teórico realizado sugiere que el capital conocido como intangible en sus diferentes manifestaciones puede tener una influencia importante sobre la competitividad y los resultados de las empresas.

Descripción del Método

Instrumento de medición.

El instrumento de medición está cimentado en el Modelo de Capital Humano (MCCH), se basa en el Modelo general de gestión por competencias de Saracho¹³ 2005, que combina y articula los tres modelos de competencias que

hasta ahora utilizan las organizaciones de manera aislada: Modelo de competencias distintivas que creó y desarrolló David McClelland, Modelo de competencia genérica desarrollado por William Byham y el Modelo Funcional creado por Sydney Fine.

El estudio se centra en reconocer la influencia del capital humano para desarrollar la competitividad con la propuesta de un modelo, siendo las variables independientes el capital humano con tres dimensiones a considerar (conocimientos, creatividad y experiencia laboral) que permiten generar mayor innovación, incrementar la productividad para mejorar la competitividad (variable dependiente de esta investigación).

El enfoque de la investigación es cuantitativo, obteniendo datos a través del instrumento utilizado en una escala de Likert con valores de 4 a 1 con una interpretación que va de totalmente de acuerdo hasta totalmente en desacuerdo, con apariencia subjetiva; los datos están estructurados bajo la escala de likert, acotada sobre la máxima puntuación de cada variable por cuestiones de homogeneidad del conjunto.

Población. El estudio se divide en tres etapas, en la primera etapa se considera la región de Tepeji del Río, Posteriormente el estudio se realizará en las ciudades de Tizayuca y Tulancingo, por último en las ciudades de Pachuca y Atitalaquia. Entre las empresas de confección destacadas en el territorio hidalguense se encuentran en Tepeji del Río el Grupo Kaltex líder en ropa casual y de algodón, Grupo Zaga y Grupo Canon reconocidas por la ropa interior de caballero y calcetines, Grupo Vicky Form, Grupo Ilusión, Carnaval, Lesato, la empresa de Toallas La Josefina, entre otras.

Se espera que al establecer la influencia del capital humano en la competitividad de las empresas textiles del estado de Hidalgo los empresarios generen estrategias para lograr un capital humano competente y puedan enfrentar los retos del mercado con mayor oportunidad.

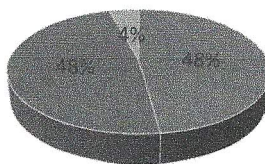
Comentarios Finales

Resumen de resultados

En este trabajo de investigación se estableció la influencia del capital humano en la competitividad de las empresas textiles de Hidalgo.

Los resultados de la investigación incluyen un análisis estadístico de las respuestas de la encuesta realizada a 10 empresas del ramo Textil en la ciudad de Tepeji del Río Hidalgo. El personal entrevistado fue 50% administrativo, 40% propietario y 10% encargado. En relación al grado de estudios el 60% cuenta con licenciatura, el 30% con preparatoria y el 10% con estudios de posgrado. El 90% de las empresas tienen más de 10 años de establecerse en la ciudad.

La variable dependiente competitividad mide los siguientes aspectos: Al tener mayor conocimiento de su área de trabajo el capital humano es competitivo. Cuando se crean nuevas ideas para incrementar las ventas las empresas son competitivas. La satisfacción total del cliente permite que la empresa sea competitiva. La mayor preparación académica del capital humano permite que la empresa sea más competitiva. La satisfacción total del cliente permite que la empresa sea competitiva. Cuando innova el capital humano para tener un control financiero adecuado ayuda a que la empresa sea competitiva. El resultado del análisis de las variables es el siguiente: De 10 empresarios que contestaron el cuestionario el 48% está totalmente de acuerdo, el 48% parcialmente de acuerdo, y el 4% está parcialmente en desacuerdo, ver figura 1.



- Totalmente de acuerdo
- Parcialmente de acuerdo
- Parcialmente en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Figura 1. Variable dependiente: Competitividad.

La variable innovación mide los siguientes aspectos: Considera que con más conocimientos por parte del capital humano se innova para aumentar el volumen de producción. Cuando hay una nueva innovación existe la disminución de las mermas. Cuando hay innovaciones constantes existe incremento en las ventas. El número de ideas nuevas de parte del Capital Humano implementadas en la producción sirve para alcanzar las metas organizacionales. El personal es apoyado para ser creativo en el incremento al volumen de ventas por ruta. Es necesario ser demasiado creativo para

controlar las utilidades. El crecimiento de la empresa se mide con el incremento de los recursos financieros. Considera que el Capital Humano innovado disminuye las mermas o pérdidas. La experiencia en el Capital Humano ayuda a ser más innovador en los procesos. Considera que el Capital Humano con su creatividad genera el número de ideas para mejorar los procesos de producción. Se considera que el Capital Humano genera nuevas ideas para incrementar las ventas. De los 10 empresarios que contestaron el cuestionario los resultados son: el 64% está parcialmente de acuerdo, el 27% está totalmente de acuerdo, el 8% está parcialmente en desacuerdo y el 1% está totalmente en desacuerdo, ver figura 2.

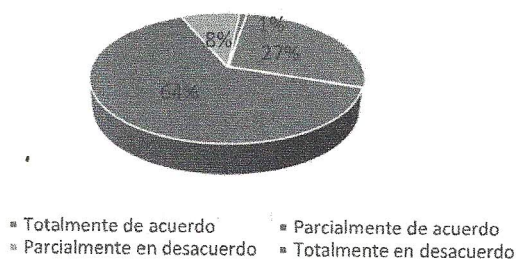


Figura 2. Variable: Innovación

La variable productividad mide los siguientes aspectos: El capital humano mejora la producción con sus conocimientos en los recursos técnicos. El capital humano adquiere los conocimientos necesarios con la práctica para generar ideas que ayuden al incremento de las ventas. Son utilizados con creatividad los recursos tecnológicos para mejorar los procesos productivos, El capital humano es creativo para aumentar las ventas por producto. Basándose en la experiencia, es considerada la tecnología para mejorar la productividad. El capital humano con una mayor experiencia rebasa el objetivo de ventas. Es importante considerar la innovación del capital humano que en base a su conocimiento mejora la productividad. El capital humano bien capacitado aumenta el volumen de producción. Con la experiencia se adquiere mayor habilidad para incrementar la productividad. De los 10 empresarios que contestaron el cuestionario los resultados son: El 47% está totalmente de acuerdo, el 49% está parcialmente de acuerdo, el 4% está parcialmente en desacuerdo, ver figura 3.

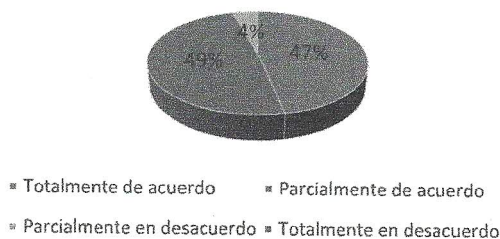


Figura 3. Variable: productividad

La variable independiente Capital humano mide los siguientes aspectos. El Capital Humano es capaz de optimizar los recursos financieros con los conocimientos necesarios. Es necesario que el Capital Humano tenga los conocimientos necesarios para eficientar los recursos financieros. El Capital Humano con experiencia controla y distribuye los recursos financieros. Tiene confianza en que el Capital Humano cuando es creativo, innova en cuanto al número de ideas implementadas. Considera que al aumentar las ventas por unidades, se debe a la creatividad del Capital Humano. El Capital Humano tiene las habilidades para incrementar la producción. El Capital Humano capacitado adquiere mayor habilidad para incrementar las ventas. Para eficientar las finanzas es necesario que el Capital Humano tenga mayor grado académico. Considera usted que el capital humano estando motivado mejora la productividad innovando en los procesos. A mayor nivel académico se tienen mayor conocimiento que ayuda a innovar, eficientando los recursos financieros. Cuando el Capital Humano es creativo ayuda a distribuir equitativamente los recursos financieros para el buen funcionamiento de la empresa. El Capital Humano genera ideas creativas que son implementadas en la organización. Se pueden incrementar más fácilmente las ventas cuando el Capital Humano tiene experiencia. De los 10 empresarios que contestaron el cuestionario los resultados son: El 47% está totalmente de acuerdo. El 46% está parcialmente de acuerdo y el 7% está parcialmente en desacuerdo, ver figura 4.

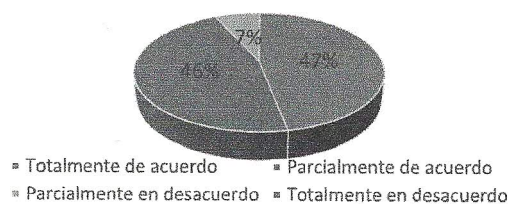


Figura 4. Variable independiente: Capital Humano

Conclusiones

Los resultados demuestran que la variable Capital Humano y sus indicadores fueron vitales para lograr la competitividad, le siguen la variable innovación y muy de cerca la variable productividad. Pero es indispensable que los empresarios consideren la creatividad del Capital Humano como factor importante para lograr la competitividad ya que fue el indicador que ellos consideraron con menor puntuación.

Fue inesperado el haber encontrado que los empresarios no consideran la creatividad como un elemento vital para lograr la competitividad.

Recomendaciones

Los investigadores interesados en continuar nuestra investigación podrían concentrarse en el factor Creatividad e innovación y su influencia en el incremento de la competitividad. Podríamos sugerir que hay un abundante campo todavía por explorarse en lo que se refiere a estos temas.

Referencias

1. y 4. García Vargas, M.L. y Sánchez Trujillo, M.G. (2015). Análisis de la industria textil en la region sur del estado de Hidalgo atendiendo las problemáticas de desempeño y desplazamiento de sus productos. Recopilación de Ponencias del Congreso Internacional de Investigación. 6 de noviembre de 2015. AcademiaJournals. Volumen 7. No. 4, 2015 pp 20034-2039.
2. Forbes (2014). La secretaría de Hacienda y la Secretaría de Economía buscarán promover la innovación,, financiamiento y mejor competencia. Consultado por Internet el 9 de diciembre del 2015.
3. Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Hidalgo (SEDECO). (2015). Hidalgo en Cifras. Consultado por Internet el 3 de diciembre del 2015. Dirección de internet http://sedeco.hidalgo.gob.mx/descargas/Hidalgo_en_Cifras.pdf.
5. y 11. García Vargas, M.L. y Ramírez, L. (2012). Análisis y propuesta de variables que inciden en la competitividad y dirigen las pymes hacia la excelencia. Memoria de Congreso CIAO 2012.
6. Wernerfelt, B. (1984). "A Resource-Based View of the Firm", *Strategic Management Journal*, vol.5, pp. 171-180
7. Barney, J. (1991). "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage", *Journal of Management*, vol. 17, pp. 99-120
8. Teece, D., Pisano, G. y Shuen, A. (1997). "Dynamic Capabilities and Strategic Management", *Strategic Management Journal*, vol. 18:7, pp. 509-533.
9. Leonard-Barton, D. (1992). "Core Capabilities and Core Rigidities: A Paradox in Managing New Product Development", *Strategic Management Journal*, vol. 13, pp. 111-125.
10. Bueno, E., Salmador, M. y Rodríguez, O. (2004): "The Role of Social Capital in Today's Economy: Empirical Evidence and Proposal of a New Model of Intellectual Capital", *Journal of Intellectual Capital*, vol. 5, pp. 556-574.
12. HALL, R., «The strategic analysis of intangible resources». *Strategic Management Journal*, 13, pp. 135-144, 1992.
13. Saracho, J. M. (2005). Un Modelo General de Gestión por Competencias. Santiago de Chile, Chile: Ril Editores.