

Percepciones sobre el capital intelectual en las empresas textiles de Bogotá

Perceptions of intellectual capital in Bogotá textile SMES

Hayr Alonso Gutiérrez Alemán*
Francisco Javier López Morales**

Recibido: febrero de 2014
Aceptado: abril de 2014

40 ▶ 54

RESUMEN

El entorno global ha dinamizado el comportamiento empresarial, desplazando la atención de empresarios y academia hacia aquellos activos o recursos intangibles claves para la competitividad, los cuales están asociados a elementos constitutivos del capital intelectual (CI). El estudio del CI, es relevante porque ha sido poco abordado en el caso de las PYMES colombianas y empresas pertenecientes a sectores de talla mundial. En la investigación de tipo cuantitativo descriptivo, se aplicó un cuestionario a 186 empresas PYMES del sector textil y confecciones, de la ciudad de Bogotá, ubicadas en cuatro localidades, se evidenciaron percepciones de gerentes y administradores en cuanto a tres bloques principales del capital intelectual: capital humano, capital estructural y capital relacional. En los resultados, se destacan percepciones positivas frente a las capacidades de los colaboradores para realizar su labor, la formalización de actividades, la comunicación organizacional y las sólidas relaciones con proveedores. De igual forma, se reconocen mejoras importantes, como la búsqueda de la excelencia en las relacio-

* Candidato a Magister en Dirección de Organizaciones en la Economía del Conocimiento de la Universidad Abierta de Cataluña, Especialista en Gerencia de Recursos Humanos de la Universidad Sergio Arboleda, Psicólogo, Pontificia Universidad Javeriana y Docente de la Fundación Universitaria Los Libertadores, Bogotá, Colombia, email: hagutierrez@libertadores.edu.co

** Candidato a Magister en Mercadeo Tecnológico de Monterrey. Especialista en Gerencia de Recursos Humanos Universidad Externado de Colombia, Administrador de Empresas Universidad Central. Docente de la Fundación Universitaria Los Libertadores. Bogotá, Colombia, email: flopezm@libertadores.edu.co

nes con clientes internacionales y el fortalecimiento a los vínculos con agentes externos y científicos. En las conclusiones el estudio destaca la importancia de un mayor uso de las TIC, la modernización de tecnología y el incremento de actividades en I+D+I.

Palabras clave: Capital intelectual, PYMES, Competitividad, Sector textil y de confecciones

ABSTRACT

The global environment has revitalized the corporate behavior, shifting the attention of academy and businessmen toward these assets or key intangible resources for competitiveness, which are associated with constituent elements of intellectual capital (IC). The IC study is relevant because it has been little addressed in the case of Colombian SMEs and companies that are part of world class sectors. In quantitative descriptive research, a questionnaire to 186 companies SMEs in the textile and clothing sector in Bogota, located in four locations was applied. Perceptions of managers and administrators were revealed in terms of three major components of intellectual capital: human capital, structural capital and relational capital. In the results, positive perceptions of the employees' abilities to perform their work, the formalization of activities, organizational communication and solid relationships with suppliers are stressed. Similarly, significant improvements such as the pursuit of excellence in relationships with international clients and the strengthening to the links with external agents and scientists are recognized. In the conclusions, the study stresses the importance of increased use of ICT, modernization of technology and increased activities in R&D&I.

Keywords: Intellectual Capital, SMEs, Competitiveness, Textile and Clothing sector

Introducción

El enfoque del CI se ha venido adoptando como una de las perspectivas esenciales a la hora de hablar sobre la competitividad empresarial, dado el papel protagónico que tienen los factores intangibles en la comprensión del tema. Según Hormiga, Melian y Sánchez, (2007), dentro de estos elementos se encuentran: las marcas, la fidelidad del cliente, el know how de una organización, la pericia colectiva o la actividad creativa e innovadora en las empresas.

De ahí que analizar el CI de las PYMES textiles de la ciudad de Bogotá, es el núcleo de interés para la presente investigación, ya que de esta forma, se busca aportar al examen actual de la competitividad empresarial, entendida como:

La capacidad de una organización para mantener o incrementar su participación en el mercado basada en nuevas estrategias empresariales, en un sostenido crecimiento de la productividad, en la capacidad interempresarial para participar en negociaciones con diferentes instituciones y otras compañías dentro de su ambiente, en un ambiente competitivo determinado por el sector y el mercado de los consumidores y en políticas introducidas por los gobiernos nacionales y alianzas económicas regionales. (Solleiro y Castañón, 2005 citado por Saavedra, 2012) (p.101)

De acuerdo con las ideas anteriormente expuestas, se puede apreciar una inexorable relación entre la competitividad y varios aspectos asociados al capital intelectual. Por ejemplo, de una parte, el capital estructural incluiría la capacidad de la empresa para formular estrategias y rutinas que facilitan el incremento de la participación en el mercado; y de otra, el capital relacional, estaría más asociado con la posibilidad para establecer alianzas con los stakeholders, tal como lo afirman Solleiro y Castañón (2005).

En esta medida, el presente estudio es valioso porque enfoca su atención en elementos de alto impacto en la comprensión de la competitividad empresarial y logra evidenciar el interés y la atención que muestran los empresarios del sector textil hacia los elementos que componen el capital intelectual. De igual forma, aporta al conocimiento de un ámbito de importante proyección económica para el país como es el textil y de confecciones. Al respecto, es de anotar que este se viene impulsando a través del Programa de Transformación Productiva (PTP) para consolidarlo como un clúster de talla mundial. Según PROEXPORT (2013), citando cifras de Euromonitor (2013) “A lo largo de la última década, la producción del sistema moda colombiano alcanza una tasa compuesta anual del 9,4%, ubicándose como segundo país en la región después de Brasil que participa con el 13%.” (p.2)

Por ello, la investigación también busca contribuir con los esfuerzos del go-

bierno por consolidar sectores más competitivos, explorando la situación de las empresas pequeñas y medianas PYMES que componen el sector textil a nivel Bogotá, desde la perspectiva del capital intelectual. Ahora bien, con respecto a las PYMES, es de anotar que estas revisten una importancia especial en la economía colombiana y por ende, cobran relevancia para la academia; según Clavijo, (2012) citando las cifras del DANE:

En términos del número de empresas, las grandes, tan sólo representaron un 0.1% del total, las medianas el 0.5%, las pequeñas, un 3% y las llamadas microempresas abarcarán la increíble cifra de un 96.4% (definidas dichas empresas por el valor de sus activos y número de empleados según la Ley 905 de 2004). Si se agrupan las Pequeñas y Medianas empresas (Pymes), estas representan solo el 3.5% del total numérico; pero, cabe anotar que ellas aportan el 30.5% del empleo del país.

En este sentido, el objetivo general del estudio es caracterizar las empresas PYMES textiles de la ciudad de Bogotá desde la perspectiva del capital intelectual (CI), con base en las percepciones de gerentes y administradores sobre los principales elementos que lo constituyen. Adicionalmente, se identifican puntos fuertes y áreas de mejora en cada uno de los principales bloques del capital intelectual, con el fin de lograr reflexiones asociadas a la capacidad competitiva de las empresas del sector.

Ahora bien, según los enfoques de CI que fueron explorados, es de anotar que las perspectivas sobre el tema por lo general convergen en la identificación de tres grandes bloques: Capital Humano, Capital Relacional y Capital Estructural. (Bueno et.al. 2003, Hormiga, Melián, Sánchez, 2007. En relación con los componentes específicos, de cada uno de los bloques mencionados, los autores señalan por ejemplo, que el *capital humano* está compuesto por factores que poseen las personas: como sus capacidades, experiencia, habilidades para la solución de problemas, iniciativas y generación de ideas.

En el *capital estructural*, dichos autores, incluyen las actividades organizacionales predominantes que generan conocimiento y permiten su identificación, explicación, internalización y sistematización a través del establecimiento de pautas de acción que contribuyan a una propuesta de valor continua en la que se optimice y proyecte el talento hacia el futuro; en este tipo de capital se hallan las actividades intangibles como el uso de equipos y las TICs, la formalización de procesos y actividades de I+D. Por último, se encuentra el *capital relacional*, que está directamente vinculado con la capacidad de establecer alianzas claves, especialmente con los clientes y proveedores, pero también con grupos de interés o stakeholders. (Hormiga, et al. 2007)

De igual forma, se comprende que el CI está compuesto principalmente por aquellos activos intangibles, que

en conjunto con los bienes materiales, constituyen los factores de competitividad de la empresa. Estos activos intangibles o inmateriales le agregan valor a la organización, dado el potencial derivado de ellos. Con respecto a la perspectiva del CI, es importante subrayar que dentro de los elementos intangibles se deben considerar: “tanto los activos como las actividades intangibles que los generan” (Bueno, et.al, 2003). En este sentido, el valor de un intangible puede expresarse como recurso o activo intangible y como actividad intangible propiamente dicha.

Tal como lo afirma, Bueno, et al., (2003) estas actividades son comprendidas como: aquellas acciones basadas en conocimientos o en la aplicación del intelecto que implican la asignación y gestión de recursos destinados a adquirir o desarrollar internamente nuevos recursos intangibles, aumentar el valor de los recursos ya existentes o evaluar y controlar los resultados de los dos tipos de actividades anteriores. Los efectos de estas actividades constituyen los activos intangibles. Por esta razón, la perspectiva que se asume en el presente estudio, tanto a nivel metodológico como teórico, comprende unos activos intangibles que junto con los activos materiales y las actividades intangibles constituyen los elementos centrales en los que se focaliza la investigación y se indaga a partir del cuestionario, buscando las percepciones de gerentes y administradores de pymes del sector textil alrededor de dichos factores.

Así pues, para la comprensión y clasificación de dichos intangibles se adoptaron los tres bloques principales del capital intelectual y en cada una de estas subcategorías se incluyeron tanto activos, como actividades intangibles para ser valoradas desde la percepción de los empresarios.

Los resultados, muestran apreciaciones favorables en los indicadores generados para la medición del capital humano, especialmente en lo que respecta a las capacidades, habilidades y experticia de los colaboradores. En cuanto al análisis del capital estructural se muestran aspectos como la necesidad de modernización de equipos y el uso intensivo de TICs. En referencia al capital relacional, se logran evidenciar oportunidades de mejora en las relaciones con clientes internacionales, organismos del Gobierno como el SENA e instituciones científico-académicas.

Profundizando sobre las redes de conocimiento, cabe agregar que en esta investigación, se pretenden suscitar reflexiones colectivas alrededor de la gestión empresarial desde la perspectiva del capital intelectual, lo que implica poner en consideración de los empresarios y la academia la valoración de los factores intangibles, enriquecer desde miradas provenientes de la empresa y los académicos, reflexiones transformadoras, que permitan darle relevancia a: la gestión, difusión y medición de las actividades y activos intangibles, con proyección hacia la constitución de redes de conocimiento, interesadas

en aportar a la competitividad de las PYMES en el marco de la era del conocimiento.

De igual forma, adoptar la perspectiva del capital intelectual, ha permitido atender a componentes claves y de diversa índole que responden a la mirada holística de la empresa. En esta línea, se aborda por ejemplo la capacidad asociativa, medida en términos de capital relacional; la posibilidad de las empresas para aplicar estrategias y procedimientos que respondan a los retos de hoy, estimados a través del capital estructural y la posibilidad de evidenciar habilidades o destrezas que encajan en el capital humano.

Método

Para el desarrollo del presente estudio, se utilizó un cuestionario directo estructurado; el instrumento está compuesto por dos apartados principales: las generalidades de las empresas y los bloques del CI: capital humano, capital estructural y capital relacional. El instrumento se validó mediante juicio de expertos que participaron de esta actividad: Pedro Pablo Burbano, Doctor en Ciencias Políticas y Magíster en Economía de la Innovación Tecnológica y Diego Lemus, Magíster en Ciencias Estadísticas. Adicionalmente se utilizó como validación la aplicación del cuestionario a una muestra piloto integrada por 50 empresarios del sector textil en las localidades objeto de estudio; cabe

señalar que el proceso de validación continúa en la actualidad.

El estudio apropió características descriptivas cuantitativas de la investigación científica: por una parte, es de tipo descriptivo, ya que estos estudios: “buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.” (Danhke, 1989; citado por Sampieri et. al., 2003, p. 117) En este caso, se describe la situación de las PYMES del sector textil de Bogotá en términos de percepciones de gerentes y administradores sobre los componentes del capital intelectual. Por otra parte, es cuantitativo porque se aborda información resultante de la medición de 75 índices del cuestionario, los cuales fueron agrupados en indicadores. Al respecto, conviene resaltar que dichos índices fueron asociados de acuerdo con la similitud de las cualidades que evaluaban; de esta forma, surgieron 6 indicadores para el capital humano, 6 para el capital estructural y 3 para el capital relacional.

En lo referente a la muestra, durante el transcurso del segundo semestre del 2013, se tomaron 186 empresas de una población de 403 PYMES registradas de este sector, según la Superintendencia de Sociedades (2013) en su Informe textil 2008-2012, permitiendo lograr un nivel de confianza del 95%. Ahora bien, la selección de las 4 localidades se debió a que las organizaciones de dicho sector se concentran, en un gran

porcentaje, en las zonas de Chapinero, Puente Aranda, Chapinero y Engativá.

Resultados

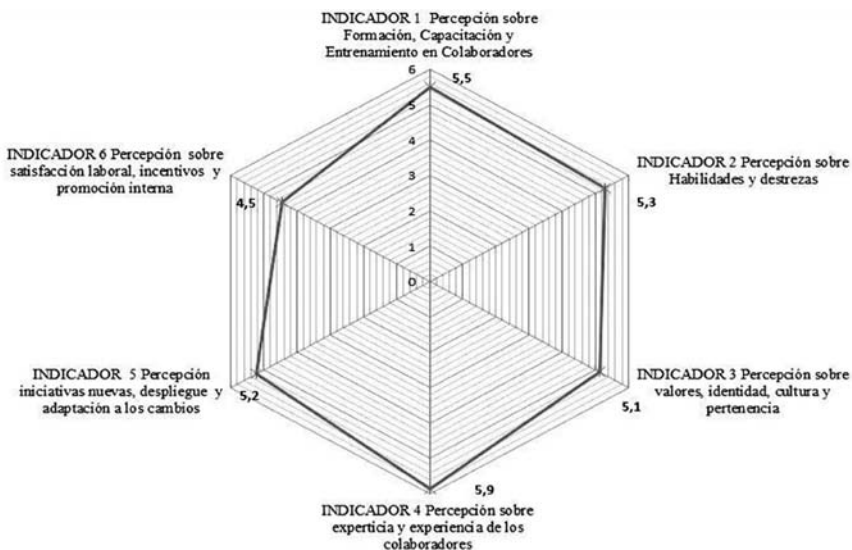
En esta parte se encuentran los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario. En la primera parte, están las generalidades de las empresas encuestadas, con el fin de que se reconozcan aspectos como el tamaño y las cualidades básicas de las mismas. De igual forma, se describen características de las personas encuestadas: tales como el cargo, la edad, el nivel de escolaridad y la antigüedad en la empresa. Adicionalmente, se obtuvieron datos relacionados con cada uno de los capitales: humano, estructural y relacional.

En la mayoría de los ítems de la encuesta se utilizaron escalas tipo Likert

con opciones de calificación de 1 a 7 que corresponden a las siguientes opciones de respuesta: 1. Está totalmente en desacuerdo, 2. Está altamente en desacuerdo, 3. Está en desacuerdo, 4. Ni está a favor ni en contra, 5. Está de acuerdo, 6. Está altamente de acuerdo y 7. Está totalmente de acuerdo. Los resultados que se muestran a continuación, hacen alusión a los promedios de los indicadores surgidos de la agrupación de los índices que como se mencionó anteriormente, midieron cualidades similares.

De los 186 respondientes, el 38% correspondió a mujeres y el 62% restante a hombres. Dentro de la muestra sobresalen cargos directivos como gerentes y administradores. La edad promedio de los encuestados es 40.5 años; el nivel de formación educativa predominante fue el profesional universitario con un 32.3% y con 15,7 años de expe-

FIGURA 1. Resultados indicadores Capital Humano



riencia laboral en promedio. El tiempo equivalente de trabajo con la empresa, para todos fue de 8.9 años.

El número promedio de trabajadores que se encontró en las empresas textiles fue de 164,6 personas, lo cual confirma que el tamaño mediano predominó en la muestra; así mismo se evidenció una media de 125 personas trabajando de tiempo completo y 40 laborando como empleados ocasionales.

En cuanto a las diferencias de género, se estableció que la vinculación de tiempo completo a las empresas textiles es mayor para el caso de las mujeres; esto lo demuestran las respuestas al cuestionario en donde se hace evidente que en promedio 73 mujeres están vinculadas de tiempo completo, frente a una media de 49 /para el caso de los hombres.

Resultados Capital Humano

Para analizar los resultados del capital humano se tomaron 21 índices agrupados en 6 indicadores; (Figura 1.) Estos indicadores corresponden principalmente a percepciones sobre: 1) Información, capacitación y entrenamiento en los colaboradores, 2) Habilidades y destrezas de los colaboradores 3) La experticia y la experiencia de los colaboradores, 4) Valores, identidad, cultura y pertenencia, 5) Iniciativas nuevas, despliegue y adaptación a los cambios y 6) Satisfacción laboral, incentivos y promoción interna.

El capital humano, se relaciona con el conjunto de experiencias, valo-

res, actitudes y aptitudes relativas al saber, así como al bagaje educativo y formativo (Moreno, 2007). En este bloque el promedio de todos los indicadores presentó un 5.2, lo cual deja en evidencia que los encuestados mostraron respuestas satisfactorias (de acuerdo) con la mayoría de los ítems que componen los 6 indicadores de este bloque.

La media de 5.5 en el primer indicador, relacionado con la percepción sobre formación, capacitación y entrenamiento, evidenció respuestas satisfactorias, frente a este aspecto, aunque, el 15% de los encuestados afirma que la empresa no se preocupa por mejorar dichas actividades.

En cuanto al segundo indicador, que midió la percepción sobre habilidades y destrezas, se reflejó una media de 5.2, con lo cual se puede constatar que los encuestados tuvieron percepciones favorables sobre las habilidades y destrezas de sus colaboradores. Esto permitió, desempeñar con éxito sus labores diarias según ellos.

El indicador relacionado con la percepción sobre valores, identidad, cultura y pertenencia, presentó un promedio de 5.12 esto quiere decir que la mayor parte de las respuestas dadas a los índices relacionados con el mismo, señala opiniones favorables en lo que respecta a la identidad y los valores; dentro de dichos valores, los encuestados resaltan el alto grado de responsabilidad y honestidad demostrada por los colaboradores.

De igual forma, la mayoría de los

encuestados está de acuerdo que los trabajadores son expertos en el desempeño de las funciones; la media de 5.87, es un indicador que señala la confianza en la experticia y la capacidad de los trabajadores para ejercer su labor.

En cuanto a la percepción de los empresarios, con respecto a las iniciativas nuevas, el despliegue de cambios y la adaptación a los mismos, puntuó una media de 5.23 por lo cual se puede asegurar que del total de encuestados, la mayoría de ellos afirmó estar “de acuerdo” con que los trabajadores generan iniciativas y despliegan nuevas ideas. No obstante, es fundamental atender a los elementos de despliegue y al desarrollo de nuevas ideas ya que un 27% de la muestra reveló cierto nivel de desacuerdo frente a esta afirmación.

Con respecto a la percepción sobre la satisfacción laboral, compuesto por índices relacionados con la satisfacción propiamente dicha y con factores motivantes como la promoción interna o los incentivos laborales, existe una media de 4.4 demostrando la existencia de respuestas predominantemente neutras en cuanto a estos factores.

La figura 1. permite evidenciar percepciones positivas en lo que respecta a la experticia y la experiencia de los colaboradores. Esto destaca la atención e importancia que le dan los empresarios a estas cualidades en los trabajadores. Sin embargo, también se aprecian percepciones neutras con respecto a la satisfacción laboral, los incentivos y la promoción interna, lo que puede mos-

trar ciertas oportunidades de mejora para las empresas textiles en estos últimos aspectos que son determinantes en el desarrollo del capital humano.

Capital Estructural

Según Moreno, (2007) el capital estructural se focaliza en aspectos como la estructura organizativa, el diseño, los procesos y las tecnologías. En esta medida, para el análisis del mismo se definieron 6 indicadores relacionados con la percepción de: 1- Uso de TICs (Tecnologías de Información y Comunicación). 2- Uso de maquinaria y equipo. 3- Actividades de I+D+I. 4- Formalización de las actividades. 5- Disponibilidad de cualificación. 6- La comunicación organizacional.

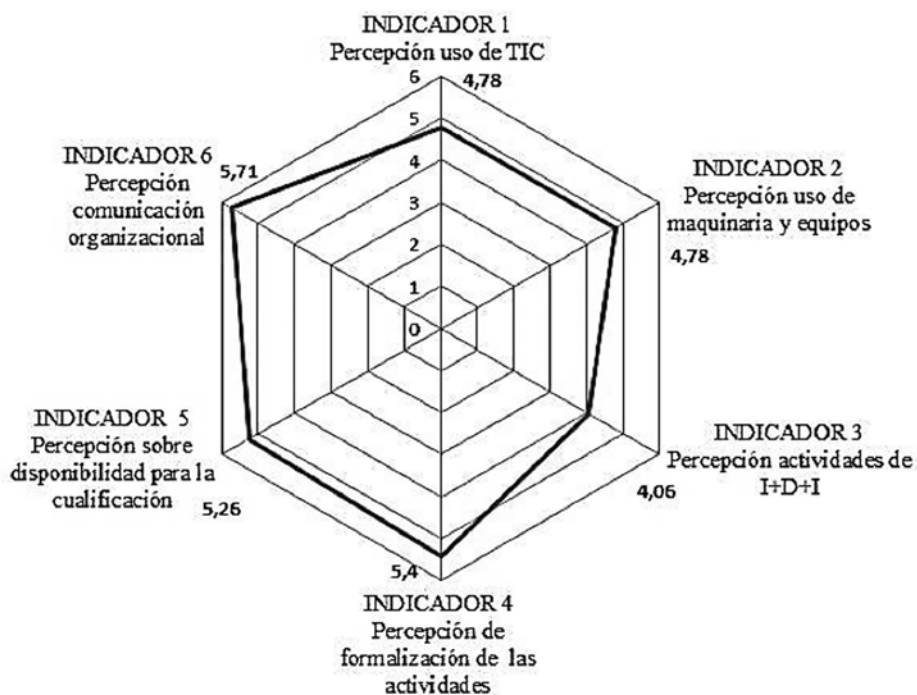
En la figura 2 se presentan los indicadores anteriormente mencionados. El promedio general de 5.0 muestra respuestas que están “de acuerdo” frente a la mayoría de estos; a pesar de ello, se lograron identificar algunos puntajes bajos en indicadores como el uso de las TICs, o la escasa incursión en actividades de I+D+I, aun cuando se reconoce la importancia de dichas tareas en la organización. Al respecto, es interesante resaltar que el capital estructural “se compone de elementos y variables como la cultura organizacional, la estructura organizativa, los procesos de aprendizaje, la formación, la innovación, la generación de productos, el uso de las TICs, entre otros procesos generadores de valor agregado en las empresas.” (Alfaro y López, 2008 citado por Carrillo, Gutiérrez & Díaz, 2012)

En relación con el indicador sobre la percepción del uso de las TICs, se identificó un promedio de 4.7 el cual es bajo con respecto a los demás indicadores y refleja un insuficiente uso de las tecnologías de información y comunicación, hecho desfavorable para la organización por cuanto se requiere de estas en el procesamiento de datos e información organizada y disponible para el análisis y la trazabilidad de las diferentes actividades de las empresas.

En los resultados obtenidos para el segundo indicador, relacionado con la percepción sobre el uso de maquinaria y equipo, se encontró que este presenta

una media de 4.7. Esto indica que existieron respuestas predominantemente neutras frente a los ítems que lo componen. A pesar de esto, se pueden destacar percepciones positivas con respecto al ítem relacionado con el mantenimiento correctivo y preventivo de las máquinas así como en lo referente a las habilidades y destrezas de los colaboradores para operarlas. También se encuentran percepciones neutras frente a la modernización o innovación de las mismas; dicho rezago en la modernización de las máquinas, puede generar posibles atrasos en la producción, procesos obsoletos y por consiguiente, pérdidas económicas.

FIGURA 2. Indicadores Capital Estructural



De igual forma, en el indicador sobre las actividades de I+D+I, se encontró una media de 4.06, lo cual significa que las empresas objeto de estudio, no le están dando la importancia debida a estas tareas, esenciales para marcar diferencias y ventajas en el entorno actual en el que proliferan las innovaciones de productos y procesos.

En cuanto a la “percepción de la formalización de las actividades de la empresa” las respuestas señalan una media de 5.40. Esto evidencia que la mayor parte de los encuestados está de acuerdo con la existencia de actividades formalizadas; sin embargo, es importante anotar que el desafío para las Pymes incluye la necesidad de diseñar una agenda estratégica coherente, definir una secuencia y timings en la concreción de un conjunto de acciones complejas, asociadas a la formalización, además de gestar un proceso interno que permita alcanzar un elevado nivel de flexibilidad para ajustar tales

acciones a las alteraciones en los escenarios previstos. (Kantis, 1996 p.1).

Sobre la “percepción de comunicación organizacional” se encontró una media de 5.7. Hay respuestas predominantemente favorables frente a este aspecto ya que los encuestados están de acuerdo con la existencia de ambientes de comunicación y confianza en las empresas y se procuran resolver problemas a través de canales idóneos para tal fin.

En conclusión y teniendo en cuenta la figura 2, se aprecian respuestas neutras sobre algunos indicadores del capital estructural, que permiten enfocar la atención hacia mejoras como: el incremento de las actividades de I+D, un mayor involucramiento de personas a dichas tareas o un mejor uso de las TICs y de la infraestructura para que apalanquen la comercialización. Por último, se identifica la necesidad de actualizar maquinaria y equipos para así, generar innovaciones o añadir fortalezas competitivas a las empresas.

FIGURA 3. Indicadores Capital Relacional



Capital relacional

De acuerdo con Moreno, (2007) “El capital relacional se establece como el componente centrado en el beneficio que supone para el capital intelectual las relaciones que se desarrollan con clientes, competidores, proveedores y otros agentes externos.” En esta medida, se identificaron tres indicadores enfocados en percepciones sobre: 1) relaciones con clientes, 2) relaciones con proveedores y 3) relaciones con agentes externos. Los puntajes de cada indicador se muestran en la figura 3 y su promedio es 4.8, lo cual hace evidente un aumento de respuestas neutras en comparación con los otros capitales analizados.

En el primer indicador sobre las “Relaciones con Clientes”, la media presentó un 5.36, lo cual permite apreciar que las personas encuestadas están de acuerdo con la mayor parte de los índices asociados con este. En relación con este aspecto, se encontró en la muestra un predominio de los clientes nacionales, con quienes desde la mirada de los entrevistados, existen relaciones favorables y a largo plazo. Por otra parte, se evidenció la necesidad que las PYMES se involucren aún más con clientes internacionales y mejoren sus relaciones con ellos, ya que existe un 48% de la muestra, en cierto nivel de desacuerdo frente a la búsqueda de la excelencia con este tipo de clientes.

El segundo indicador se enfoca en la relación con los proveedores. Este mostró una media de 5.87 revelando fuertes relaciones con proveedores; al

respecto, cabe destacar que para los encuestados, la empresa cuenta con un excelente grupo de proveedores ya que el 38.2% está totalmente de acuerdo en esta afirmación; el 31.7% altamente de acuerdo y el 23.7%, de acuerdo.

El tercer indicador se relaciona con las alianzas de las PYMES con agentes externos como la alcaldía local, el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), el Ministerio de Comercio, COLCIENCIAS, el sector universitario, investigadores de la región y alianzas con el sector. Este indicador generó una media de 3.38, señalando importantes oportunidades de mejora en las relaciones y el fortalecimiento a los vínculos con los diferentes agentes externos.

La figura 3 evidencia sólidas relaciones con proveedores y clientes, pero también, aspectos por mejorar en cuanto al capital relacional como los vínculos que establecen con otros agentes de carácter académico y científico.

Conclusiones

Con respecto al capital humano, las apreciaciones favorables sobre los colaboradores, en cuanto su experticia, experiencia y habilidades para desarrollar con éxito el trabajo, constituyen puntos fuertes de las organizaciones encuestadas, por cuanto se reconocen las capacidades de los trabajadores. Esto representa una fortaleza importante de subrayar en la medida que éste capital es la base constitutiva de los otros com-

ponentes del CI.

De otro lado, se obtuvo un amplio número de resultados que revelan desacuerdos en la escala de calificación con respecto a la capacidad organizacional para desplegar nuevas ideas y conocimientos; demostrando una importante oportunidad de mejora para que las empresas transformen la gestión empresarial, en aras de hacerla más abierta hacia las iniciativas de los clientes y colaboradores.

Así mismo, existen otros resultados que dejan en evidencia vacíos importantes para ser cubiertos. Por ejemplo: las mejoras en la satisfacción laboral e incentivos, el fortalecimiento a los valores y una cultura que refuerce el buen desempeño.

En el capital estructural, demuestra la necesidad de modernizar infraestructura tecnológica. De otra parte, se observa que es necesario incrementar las actividades de I+D+I y especialmente hacer un mayor uso de las TICs para la gestión de la información y conocimiento. Adicionalmente, aunque los encuestados afirman que existe una adecuada formalización de actividades, es necesario contar con cierto grado de flexibilidad para ajustar las acciones organizacionales al dinamismo del entorno y contexto en el que operan.

Por último, en el Capital Relacional, se destacan como fortalezas las relaciones con proveedores, lo cual es una ventaja para los procesos productivos, ya que gracias a estos fuertes vínculos, las empresas pueden responder

satisfactoriamente a sus clientes; sin embargo, es importante continuar fortaleciéndose en este aspecto para contribuir, aún más, a la competitividad de la empresa. Por otra parte, las relaciones débiles con agentes externos como instituciones académicas, científicas y estatales, alcaldías locales o SENA, generan la necesidad de diversificar aún más los vínculos con agentes externos, siendo prioritario que los empresarios se preocupen aún más por la excelencia con clientes internacionales.

Recomendaciones

En relación con el capital humano, se recomienda continuar fortaleciendo la cultura y los valores organizacionales, para reforzar la capacidad competitiva de la empresa; según Calderón, Cuartas y Álvarez (2009) las “Prácticas Innovadoras de Gestión Humana PIGH como prácticas de transformación organizacional moldean la cultura misma de la organización, logran modificar las actitudes y comportamientos de las personas e impactan el desempeño.” Así, una de las sugerencias que surgen, es el refuerzo a una cultura innovadora y los valores implicados para de esta forma se aporte a la competitividad empresarial. Frente a este aspecto, es de resaltar que cerca de un 38 % de los encuestados, estuvieron en cierto nivel de desacuerdo con los trabajadores que conocen, comparten o hacen operativos los valores, creencias y símbolos de la empresa.

Adicionalmente, es importante establecer algunos estímulos que sean coherentes con los nuevos retos provenientes del entorno competitivo, e incluir la gestión de la información y el conocimiento apoyado en Tecnologías de Información y Comunicación, para que de esta forma, se logre la innovación; al respecto cabe agregar que:

Numerosos autores defienden la necesidad de identificar la presencia de las condiciones de la gestión del conocimiento que favorecen capacidad de innovación, así como la absorción de información y la generación de conocimiento útil para desarrollar acciones que repercuten directamente sobre los resultados de la empresa. (Acosta, 2013, p. 46)

Por otra parte, es relevante fortalecer los mecanismos de participación para la generación de cambios. Estas actividades permiten preparar a las empresas para las transformaciones propias del contexto organizacional, como las demandas de innovación. En esta línea, se invita a reflexionar sobre el dinamismo que deben adquirir, en términos estratégicos, las empresas del sector textil de Bogotá, ya que los resultados han revelado oportunidades de mejora para incluir y desplegar nuevas iniciativas.

Por último, se recomienda fortalecer los procesos con actividades de I+D+I en las empresas, dado el papel fundamental que han adquirido en la capacidad competitiva de las organizaciones. Es importante comprender que las empresas no están usando a cabali-

dad herramientas informáticas; en este sentido, los esfuerzos de las personas destinadas a la investigación, el desarrollo y la innovación pueden verse debilitados si no existe una infraestructura tecnológica acompañada de una estrategia de sistemas de información alienada con el direccionamiento estratégico de la empresa.

Para gestionar mejoras en el capital relacional también es necesario ahondar en el desarrollo de capital humano, incrementando las competencias para la gestión de información y el acopio e identificación de datos relevantes para construir conocimiento, lo cual puede aportar a la creación de una organización de aprendizaje. Esto en congruencia con lo planteado por Briones, y Cegarra, (2007) para quienes la gestión de la información y el conocimiento es una de las actividades claves de la empresa en la actualidad y que toca tanto al capital humano como estructural.

Agradecimientos

Agradecemos especialmente los comentarios y orientaciones de: doctor Edgar Riveros Luque, Director del programa de Administración de la Fundación Universitaria Los Libertadores, a la doctora en Economía, Yenny Paola Danna Buitrago y al doctor en Ciencias Políticas, Pedro Pablo Burbano.

REFERENCIAS

- Acosta, C.** (2013). Condiciones de la gestión del conocimiento, capacidad de innovación y resultados empresariales, *Revista Pensamiento y gestión*, (35) Recuperado de: rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/6104
- Bueno, E. y Cols.** (2003). Gestión del conocimiento en Universidades y Organismos Públicos de Investigación, Universidad Autónoma de Madrid, Madrid: Edita Dirección General de Investigación, Consejería de Educación Comunidad de Madrid.
- Briones, A. C y Cegarra, J.,** (2007). Perspectiva dinámica del capital relacional desde la supervisión del OJC en la Mipyme. *Cuadernos de Administración*. Bogotá (Colombia), 20 (34) p. 115-139.
- Calderón Hernández, G., Cuartas Castaño, J & Álvarez Giraldo, C.** (2009). Transformación organizacional y prácticas innovadoras de gestión humana. Recuperado de: www.revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/28773/34868
- Carrillo Zambrano, E., Gutiérrez Portela, F. & Díaz Santacruz, C., A.** (2012). Propuesta de indicadores para gestión del capital estructural en grupos de investigación. *Universidad y empresas*. N. 22, PP. 99 – 130.
- Clavijo, S.** (Julio- 2012) Comentario del día: Innovación Productiva: el caso de empresas grandes vs. Pequeñas. Julio 18 de 2012, ANIF. Recuperado de: www.anif.co/sites/default/files/uploads/Jul18-12.pdf
- Superintendencia de Sociedades (2013) Desempeño del sector textil confección (2008-2012) Informe**, Recuperado de: www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-Sector-Textil-Oct152013.pdf
- Hormiga., E., Melian, A., Sánchez, A.,** (2007) El concepto de capital intelectual y sus dimensiones, [PDF] *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 13(2) Recuperado de: www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v13/132097.pdf
- Kantis, H.** (1996) Inercia e innovación en las conductas estratégicas de las pymes argentinas: elementos conceptuales y evidencias empíricas, Recuperado de: www.cepal.org/publicaciones/xml/2/4222/lcbuel156.pdf.
- Moreno, C.** (2007) Inteligencia organizativa y capital intelectual: un ejercicio de integración, [PDF] Recuperado de: www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512007000100001&lng=pt&nrm=iso&tlng=es, *Revista Innovar* 17(29), 7-26.
- PROEXPORT (2013).** Inversión en sistema de Moda, [PDF] Recuperado de: www.inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas/textil-y-confeccion.html
- Saavedra, M.** (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento y Gestión*. Universidad del Norte. N. 33, p. 93-124.
- Sánchez, M.** (2012) El capital intelectual y su relación con diferentes gestiones: estudio teórico-conceptual, Recuperado de: www.redalyc.org/pdf/1814/181424691001.pdf *Revista Ciencias de la Información*, 43 (3) p. 3-13
- Sampieri, R., Collado, C. y Lucio, P.** (2003). *Metodología de la investigación*. Ed. Mc Graw Hill. México.