



ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE LAS COMPETENCIAS DEL PERSONAL DE LAS EMPRESAS FILIALES DE LA INDUSTRIA ELECTRÓNICA EN LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA (ZMG), QUE LES PERMITA MAYOR COMPETITIVIDAD, DE ACUERDO A LA PERCEPCIÓN DE GRUPO DE INTERÉS ESTRATÉGICOS

Sotelo-Vaca, Juan Manuel¹, & Cervantes-Cervantes, Salvador²

¹*jm.sotelo@univa.mx*

²*salvador.cervantes@univa.mx*

Universidad del Valle de Atemajac

*Av. Tepeyac No. 4800 Col Prados Tepeyac, Zapopan, Jalisco
31-34-08-00 fax, 31-34-08-00 ext. 2719; www.univa.mx*

Fecha de envío: 08/Abril/2016

Fecha de aceptación: 16/Mayo/2016

Resumen:

El tema de investigación surge a partir de la problematización de pérdida de competitividad en nuestro país donde la realidad que se observa es la necesidad de la existencia de estudios que presenten y consideren las problemáticas de los niveles de competitividad desde un nivel poco abordado, pero central, que es el factor humano, detectándose preocupación e interés creciente por el descenso sostenido de nuestro país en los índices mundiales, que se traduce en mayores dificultades para atraer y/o mantener proyectos en sus empresas filiales.

El enfoque de esta investigación es el factor humano que se desempeña en las empresas filiales para analizar, sus competencias que contribuyen a la competitividad de la filial, así como sus

percepciones en lo que se refiere a la visibilidad de esta última frente a la matriz y su posible influencia en la atracción de proyectos de inversión.

Por otra parte, cabe destacarse que en todos los índices de competitividad, de alguna forma siguen interviniendo los activos intangibles, de los cuales nosotros nos enfocamos a las competencias de las personas que son el objeto central de esta investigación.

Se establece como dimensión metodológica la (DI) deducción–inducción, considerando que esta investigación procura contrastar un realidad a partir de las conclusiones de un grupo de individuos sujetos de estudio, para posteriormente deducir, a través de las opiniones recolectadas, un esquema que explique nuestros objetivos.

Del análisis realizado en esta investigación se derivan algunas recomendaciones a las industrias filiales del sector de la industria electrónica. Con estos resultados, además se valida el supuesto de la relevancia que tienen las competencias de los empleados en la visibilidad de las filiales ante sus matrices y de esta forma ganar y retener proyectos.

Palabras claves:

1. Competencias
2. Competitividad
3. Visibilidad

Introducción:

La presente ponencia es el resultado de la investigación en relación a los Índices Internacionales de Competitividad, su desarrollo parte de una problematización de pérdida de competitividad e IED en México, por el retiro de proyectos en las empresas de la industria electrónica en la zona metropolitana de Guadalajara (ZMG)

El concepto de cualificación está asociado a la evaluación de los individuos, lo cual constituye una opción para calificar aptitudes y el rendimiento de los empleados. De acuerdo a la Ley 5/2002 de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, se entiende como el conjunto de competencias profesionales (conocimientos y capacidades) válidos para el ejercicio de una actividad o que otorgan significación en el empleo, las cuales pueden ser adquiridas mediante formación y experiencia laboral o como el conjunto de competencias profesionales que permiten dar respuesta a ocupaciones y puestos de trabajo con valor en mercado laboral. Los actuales entornos competitivos en los que se desarrolla la actividad de la industria electrónica, aunados a la necesidad de responder de forma adecuada a los continuos cambios y constante incertidumbre a los que las empresas filiales han de enfrentarse. Las empresas filiales, sin importar el esquema de organización con el que se encuentren referente a sus matrices, deben analizar los entornos que los llevaron a perder proyectos. Esto permitirá alcanzar la ventaja competitiva frente a las demás empresas filiales.

El eje en el que se desarrolla esta investigación es; la pérdida de competitividad, ya que de acuerdo a los estudios de Bardoza (2005), Sandoval (1998) y Villareal (2005), CANIETI (2013), Secretaria de Economía (2013), que presenta información sobre el porqué las inversiones se

dirigen a los países Asiáticos y porqué México sigue perdiendo posicionamiento en los índices de competitividad a nivel mundial. Dentro de las estrategias, tanto de las empresas como de los gobiernos, se enfatizan factores como las políticas institucionales, las organizaciones sectoriales, los recursos regionales, así como la formación del capital humano y la visibilidad de las filiales frente a sus matrices como elementos explicativos a la problemática de la atracción de inversión y pérdida de competitividad, así como reconocer la relevancia del factor humano tanto en la atracción y conservación de IED, como en los niveles de competencia frente al exterior, y del reconocimiento por parte de la comunidad empresarial de la relevancia del conocimiento en el desempeño de las personas, empresas y países. Las empresas más exitosas son las que usan sus activos de conocimiento con mayor eficacia que la competencia. En relación al Índice Global de Competitividad del Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés), México ha retrocedió del lugar 35 en 2001, al 55 en 2005, 58 en 2006-2007 y a la posición 60 en el periodo 2008-2009. En su Informe Global de Competitividad 2010-2011, apuntó que México retrocedió seis sitios desde el lugar número 60 en 2009-2010, lo que demuestra en este periodo la necesidad de mejora continua para no perder terreno con respecto al resto del mundo el país se ubicó en el sitio 66 de un total de 139 economías consideradas. Actualmente recuperó competitividad posicionándose en el número 55 en el periodo 2013-2014, comparado en el 2012-2013, con una competitividad de 53; sin embargo desde el 2001, la competitividad en MÉXICO, en el ranking de la WEF, no se ha visto una mejoría de alto impacto. Con esta premisa, el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), permite avanzar más allá del enfoque de nivel país, pues se refiere a estrategias de nivel regional y reconoce la importancia del factor humano; además de que en términos generales, coincide en su planteamiento con lo que la presente investigación busca abordar en cuanto a la atracción o retención de proyectos de inversión. De ahí que esta

definición se haya adoptado con el objetivo de transportarla al ámbito empresarial y específicamente al sector de la industria electrónica para conducir el presente estudio.

El enfoque de ésta investigación es el factor humano que se desempeña en las empresas filiales para analizar, sus competencias que contribuyen a la competitividad de la filial, así como sus percepciones en lo que se refiere a la visibilidad de esta última frente a la matriz y su posible influencia en la atracción de proyectos de inversión.

El objetivo general de la investigación es conocer las percepciones sobre la influencia que tienen las competencias desde la visión de los grupos de interés de carácter estratégico de las empresas filiales y agentes relacionados con la industria electrónica en la ZMG para la visibilidad de las empresas filiales con sus matrices.

A su vez, responde a cuestionamientos que se establecen en torno a la propia investigación, tales como ¿Cuáles son las competencias que han hecho visible a las filiales en sus matrices para la atracción de proyectos, a través de los reportes de directivos, gerentes y supervisores de las empresas filiales de la industria electrónica de la ZMG?, ¿Cuáles son las competencias que los empleados consideran como ejes importantes en la atracción y retención de proyectos de la empresa filial con sus corporativos matrices?.

Planteamiento del problema:

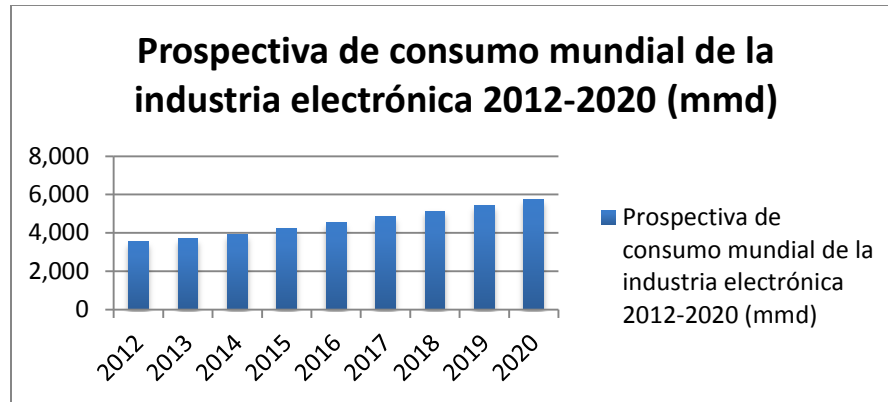
En la última década, el panorama de la industria electrónica en la Zona Metropolitana de Guadalajara y en Jalisco se ha mostrado más alentador, ya que superó la crisis que en 2009 que mermó la productividad en más de un 30%, la cual impacto la rentabilidad de éste sector INEGI,

(2009). Mediante el apoyo gubernamental, esta crisis se ha ido superando debido al estímulo del consumo y para el cierre del 2010 la Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de las Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información Occidente (CANIETI), resalta la generación de empleos e incremento en las exportaciones Navarrete, (2012).

Jean y León, (2005), señalan que en las últimas décadas en Jalisco, se han desarrollado industrias como la electrónica y el software, con la finalidad de fomentar el crecimiento y el desarrollo de dicha región. Las bases de la competencia en grandes y pequeñas empresas se están modificando con base a la economía del conocimiento; en esta nueva economía la competitividad depende cada vez más de los saberes y del saber hacer, de las capacidades inmateriales o intangibles de cada organización. El aporte del capital humano dotado de una formación y capacitación avanzada y no solo especializada, han otorgado un valor significativo al desarrollo económico. En esta nueva economía, los nuevos recursos son los empleados o colaboradores altamente capacitados.

Tendencias del sector

Los ciclos de vida de los productos electrónicos son cada vez menores y día con día los consumidores buscan mayor variedad de funciones y menores costos. Empresas importantes de la industria están continuamente invirtiendo en tecnología para reducir el tamaño de los dispositivos electrónicos y al mismo tiempo hacerlos más inteligentes y amigables. El consumo global de electrónicos alcanzó un valor de 3,544 mmd en 2012. Se estima que para el 2020 el consumo aumente a 5,742 mmd, con una TMCA de 6.2% en el periodo de 2012-2020.



Fuente: Global Insight

Situación de la Industria Electrónica en México.

En México la estrategia ha sido muy exitosa en las industrias automotriz, electrónica, autopartes y textil. Sin embargo, la situación que atraviesan actualmente las empresas filiales mexicanas comienza a ser preocupante, debido a que el avance de China e India, al igual que otros factores de competencia, es cada vez más fuerte. Un dato ilustrativo de los avances de China e India es que de acuerdo con la información recabada de los estudios de caso (Vicepresidentes entrevistados), unas 170 maquiladoras cerraron sus operaciones para mudarse a China. Para luchar contra este problema, las empresas filiales, los organismos empresariales, diversas instituciones y el mismo gobierno, tratan de utilizar sus mejores armas para salir adelante en esta batalla que se llama inversión.

Desarrollo del Clúster Electrónico de Jalisco.

En 1996, la industria electrónica en Jalisco exportaba 3 mil 500 millones de dólares y generaba veintiséis mil empleos. Para 2007, las exportaciones superaron la marca de los 16 mil millones de dólares y los empleos del sector totalizaron 73,066 CADELEC, (2008).

Este crecimiento explosivo ha colocado a Jalisco en un primer plano de la industria mexicana. Las empresas asentadas en Jalisco representan casi 30% de todas las exportaciones que genera el sector electrónico nacional y están enfocadas en la industria de alta tecnología, telecomunicaciones, tecnología de la información y sub-ensambles electrónicos. El Clúster tapatío está conformado hoy por más de 500 empresas CADELEC, (2008) y es el más importante de América Latina. En los últimos diez años ha recibido inversiones millonarias y ha realizado ventas al exterior por unos 95 mil millones de dólares. Este monto de exportaciones es mayor a las cifras reportadas por naciones de América Latina y constituye más de la mitad de las exportaciones totales de Jalisco CADELEC, (2008). La zona Metropolitana de Guadalajara se ha integrado como un clúster electrónico que forma parte de la gran fábrica mundial.

Metodología:

Se establece como dimensión metodológica la (DI) deducción–inducción, considerando que esta investigación procura contrastar un realidad a partir de las conclusiones de un grupo de individuos sujetos de estudio, para posteriormente deducir, a través de las opiniones recolectadas, un esquema que explique nuestros objetivos.

Universo y muestra.

El universo lo constituyen un total de 57 empresas, las cuales se encuentran vigentes en sus programas de maquila y EMEX (antes conocido como PITEX), tomado del listado de la Secretaria de Economía. De estas empresas, se eligieron aquellas que pertenecieran CADELEC (Cadena Productiva de la Electrónica, AC) en Jalisco, esto en virtud, a que estas empresas reúnen en conjunto características esenciales de nuestro sujeto objeto de estudio.

OEM's Internacionales:

IBM, • HP, • SIEMENS VDO, • HITACHI GLOBAL STORAGE TECHNOLOGIES, • KODAK, • TECHNICOLOR, • BDT, *INTEL

CEM's/EMS's Internacionales:

SOLETRON, SANMINA-SCI, FLEXTRONICS, JABIL CIRCUIT, USI, BENCHMARK, TELECT, MEXIKOR, VOGT ELECTRONICS, FOXCONN, YAMAVAR.

Para encontrar un colectivo homogéneo, a partir de este universo se aplicaron los tres criterios siguientes:

Sector de actividad: Sector industrial relacionado con la industria electrónica.

Dimensión de la empresa: dentro del colectivo de Industria electrónica, se consideraron las empresas grandes, que son definidas como filiales de un corporativo.

Área geográfica: por cuestiones de conveniencia y la importancia el Valle del Silicio (*Silicon Valley*), se tomaron las empresas ubicadas en la Zona Metropolitana de Guadalajara.

Tras la aplicación de estos tres criterios se obtuvieron tres casos de empresas filiales, elegidas por criterios no probabilísticas por conveniencia y de juicio, localizadas en la Zona Metropolitana de Guadalajara, y desarrollando sus actividades en los sectores de la electrónica. Por motivos de confidencialidad no se mencionarán nombres desde el inicio de este proyecto, por no contar con la autorización para hacerlo:

Empresa Filial A.- Característica: Perdió los proyectos de impresoras a nivel global, por ser transferidas a Asia. De igual forma se encuentra en constante competencia con sus demás filiales para la atracción de proyectos. Tipo: Administrador de Marca y fabricante- OEM.

Empresa Filial B.- Característica: Ha obtenido premios de calidad, y el galardón a la exportación nacional. Es la empresa con más número de plantas en la ZMG. Se encuentra en crecimiento en Guadalajara. Tipo: Manufactura – EMS

Empresa Filial C.- Característica: Empresa que ha estado en constantes cambios, fusiones con diferentes empresas transnacionales en los últimos años. Tipo: Manufactura- EMS.

Desarrollo técnico-metodológico.

Tipo de investigación: Paradigma Cualitativo.

Método: Inductivo. Fenomenológico.

Método de recolección de la información: Entrevistas a profundidad y cuestionarios.

Sujetos de la investigación:

Sujetos 1: Mandos de primer, segundo y tercer nivel que laboren en las empresas filiales.

Sujetos 2: Proveedores de las empresas filiales que tengan contacto con los mandos antes referidos.

Sujetos 3: Dirigentes de cámaras y organismos relacionados directamente con la industria.

Sujetos 4: Personas que trabajen directamente en el corporativo y sean tomadores de decisiones.

Método de contacto: fue institucional por medio de una carta formal.

Instrumento de recolección: se utilizaron dos instrumentos de recolección de información

Localidad: Zona Metropolitana de Guadalajara.

Observables, Tópicos y Preguntas específicas.- Dentro de los observables de la investigación se especificaron diferentes tópicos dependiendo del mando del que se tratara:

Mandos de primer nivel: con este mando se obtendría información relativa a su gestión, su visión, la visión de la matriz (percepción del sujeto), sus capacidades y habilidades. (Estrategia- visión, influencia-negociación, formación de equipos-relaciones interpersonales, innovación, toma de decisiones, planeación).

Mandos de segundo y tercer nivel: se obtendría información de aplicación de su gestión dentro de la empresa y sus capacidades y habilidades (conocimientos profesionales de su área, habilidades, identificación de oportunidades, entendimiento financiero, comunicación, fijación de prioridades, manejo de gente, manejo de recursos). De igual forma se preguntó sobre su visión que tienen de las competencias y la influencia en la atracción o pérdida de proyectos.

Proveedores. Contar con la visión desde la parte externa de la empresa, y como tales, los proveedores son los que observan y tienen el contacto con las personas (sus competencias) que en su momento pueden obtener de ellos mejores costos y negociaciones factibles para la retención de proyectos.

Líderes de Cámaras: Obtener una visión externa de las competencias humanas y organizacionales que influyen en la filial.

Empleados de Corporativo: Tener la visión de primera mano sobre la influencia de los factores de las competencias para llevar proyectos a la filial.

Entrevistas y Cuestionarios.

A lo largo de la investigación se han realizado diversos argumentos para justificar los objetivos, quedando claro que la información requerida va en referencia a las percepciones, concepciones y visiones sobre la influencia que tienen los factores de las competencias desde la óptica de los directivos, empleados de las empresas filiales y agentes relacionados con la industria electrónica en la ZMG, para la visibilidad de las empresas filiales con sus Matrices.

ENTREVISTAS A VICEPRESIDENTES Y DIRECTIVOS DE EMPRESAS, VP Y CEO'S.

(Entrevista I). La entrevista se estructuró en 4 módulos:

I.- Trayectoria en la empresa

Objetivo: Construir al personaje representado en el Director y VP de la filial, a partir del testimonio oral y su trayectoria, su relación con la empresa, con su puesto, su capacidad y reconocimiento dentro de la empresa.

II.- Situación de la empresa filial con respecto al corporativo

Objetivo: Conocer el rol estratégico de la filial con respecto al corporativo, así como el grado de independencia y eficiencia.

III.- Competencias de los miembros de la Filial

Objetivo: Conocer la percepción que tiene el Directivo con respecto al personal que labora en ella, y sus propias habilidades directivas.

IV.- Competencias y cualificación.

Objetivo: Conocer las competencias que ellos reportan y han influido en la atracción y retención de proyectos.

ENTREVISTA (cuestionario) A EMPLEADOS DE SEGUNDO Y TERCER NIVEL. (Entrevista II).La entrevista se estructuró con 6 módulos.

I.- Trayectoria en la empresa

Objetivo: Construir al personaje representado en el empleado de segundo y tercer nivel de la compañía, a partir del testimonio oral y su trayectoria, su relación con la empresa, con su puesto, su capacidad y reconocimiento dentro de la empresa.

II.- Desempeño en la empresa

Objetivo: Conocer cómo evalúa el empleado su desempeño dentro de la compañía.

III.- Evaluación de la compañía

Objetivo: Conocer la visión que tiene de la empresa tanto en su entorno interno y externo.

Objetivo: Construir a partir de la imagen que tiene el empleado de su empresa, la dependencia del corporativo y las formas de atraer y retener proyectos.

IV.- Eficiencia de la compañía

Objetivo: Conocer si la empresa fomenta la formación de los empleados a través de la percepción de ellos.

Objetivo: Conocer en base a la concepción del empleado, si la capacitación, las descripciones de puestos, y las contrataciones, son basadas en competencias o salarios.

Objetivo: Conocer la percepción que se tiene en cuanto al nivel de satisfacción de los clientes, proveedores y corporativos.

V.- Influencia de las competencias en la atracción y retención de proyectos.

Objetivo: construir un mapa a través de las competencias a la que le dan mayor importancia los empleados para la atracción y retención de proyectos

CUESTIONARIO A CORPORATIVO. (Cuestionario I).

Debido a que ninguno de los corporativos de las empresas se encuentra en México, se realizó un cuestionario semi-estructurado, el cual constó de cinco preguntas.

Estas preguntas buscaron cumplir con los objetivos de:

- Conocer las circunstancias de la pérdida de proyectos en la industria electrónica en la ZMG
- Conocer la percepción de los miembros de corporativo en cuanto a la importancia del capital intelectual para los corporativos vs. costo.
- Conocer en que basan las decisiones los corporativos para enviar o retirar proyectos.
- Conocer sus percepciones de las competencias que deben de tener los empleados para la retención de proyectos desde una visión de corporativo.

CUESTIONARIO A PROVEEDORES. (Cuestionario II).

Se estructuro en base a tres objetivos:

- Conocer las concepciones de las circunstancias de la pérdida o atracción de proyectos en la industria electrónica en la ZMG.
- Conocer la percepción los proveedores sobre los empleados de la empresa filial: si son las personas correctas en los puestos, con sus respectivas competencias.
- Conocer su percepción en la importancia que dan a los Activos de costo e intangibles.

CUESTIONARIO A ORGANISMOS, E INSTITUCIONES. (Cuestionario III).

Este cuestionario se estructuro en 7 preguntas abiertas, con tres objetivos.

- Conocer las circunstancias en la atracción o pérdida de proyectos en la industria electrónica en la ZMG.

- Conocer su percepción de las competencias de mayor influencia para la atracción y retención de proyectos.
- Conocer el peso que dan los organismos a los factores de costos e intangibles para la atracción de proyectos en la Industria electrónica.
- Conocer la influencia que tiene los organismos, cámaras e instituciones en la atracción y retención de proyectos.

Resultados.

Estos resultados, además se valida el supuesto de la relevancia que tienen las competencias de los empleados en la visibilidad de las filiales ante sus matrices y de esta forma ganar y retener proyectos. Por esto los más significativos de la presente investigación son:

- a) Con el modelo desarrollado por Romo, (2003), se concluye que las empresas extranjeras deben destinar recursos para transferir conocimiento y tecnología de la empresa matriz a sus empresas filiales, de igual forma las filiales nacionales los recursos para absorber y asimilar la nueva tecnología.
- b) En el estudio realizado se denota la importancia del capital humano y la importancia del liderazgo y organización que existe en la filial. Esto se presenta en los modelos como el de Hamel y Prahalad, (1990), en el cual las competencias medulares consolidan la competitividad de la empresa.
- c) Si se desea hacer análisis de un sector o empresa con el objetivo de conseguir información relevante para ganar o retener proyectos, en el caso de ésta investigación el sector electrónico y en empresas filiales de trasnacionales es crucial la información obtenida por las industrias relacionadas y de apoyo como lo son los proveedores, el Gobierno, y los líderes de las cámaras e instituciones relacionadas con el sector.
- d) A través de las entrevistas a profundidad de los sujetos a los cuales se les aplicó el cuestionario de forma verbal se obtuvo una serie de respuestas que aportaron y enriquecieron las investigaciones empíricas que a continuación se mencionan:

1.- De las opiniones de todos los agentes entrevistados se manifiesta que presentan situaciones adversas a causa del entorno externo, como es el caso de China y de otros posibles países

emergentes en esta industria, tal como lo menciona Porter, (1990), en la influencia de las condiciones de factores del entorno. Sin embargo, otorgan mayor importancia a los activos intangibles que a los costos en sí mismos

2.- Los empleados de primer nivel, gerentes y los líderes de equipo tienen un alto compromiso con la filial, esta competencia es mencionada por García (1995), en sus reflexiones sobre el individuo competente; los del segundo y tercer nivel son gente más comprometida, pero no se comprometen en su totalidad con la misma.

3.- Los sujetos investigados refieren que uno de los mayores errores en la pérdida de proyectos es tener una zona de confort o conformidad, creer que se están haciendo las cosas correctamente y que por tener buena relación con el corporativo, siempre tendrán la misión de hacer las cosas bien aunque pueden pasar diversas circunstancias como cuando fue la salida de proyectos hacia Asia. Tienen que ser innovadores, rediseñar, ser más flexibles, más rápidos, más dinámicos, que exista el valor agregado, que tenga la noción de que el producto que se está realizando en ese momento es posible que mañana se pierda.

- e) Se pudo comprobar el supuesto sobre la importancia de las competencias en la atracción de proyectos y la visibilidad ante el corporativo.
- f) A continuación se propone un esquema, el cual cuenta con elementos a interrelacionar valorizando las competencias organizativas y del personal de las empresas filiales que representarán una estrategia para la visibilidad ante la matriz.

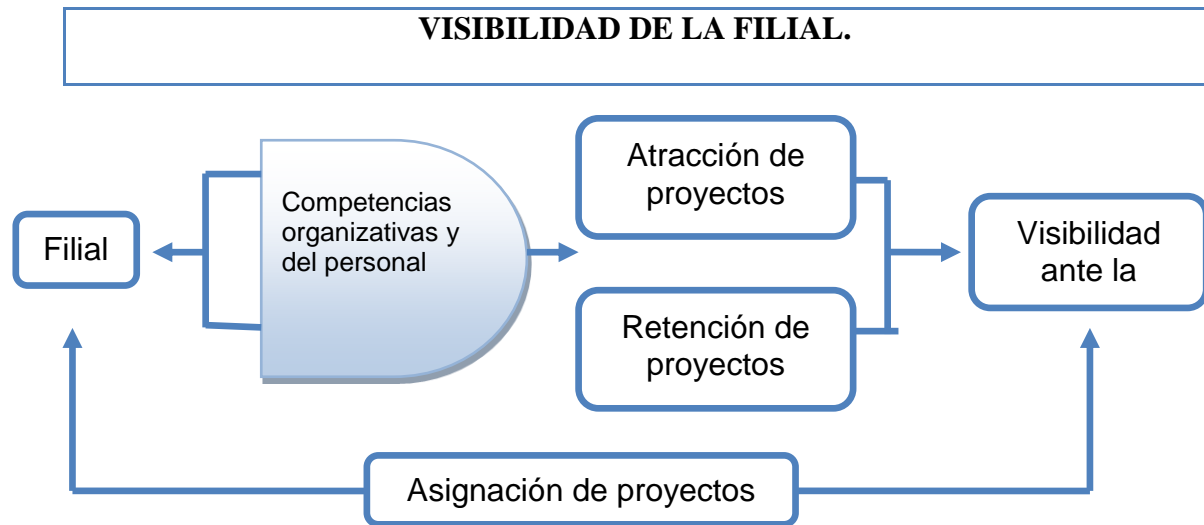


Figura 1 Visibilidad de la Filial. FUENTE: Elaboración propia. (2014)

Ante el escenario que representa la globalización de los mercados y las dinámicas para ser más competitivos, se observó la necesidad de que las empresas tengan dos puntos clave en que enfocarse, que es la atracción y retención de proyectos, para no cerrar sus operaciones como empresa. Por esto explicando dicho gráfico, de acuerdo a la investigación, es necesario contar con un equipo de personas con las competencias necesarias evitando los errores de selección para los puestos de trabajo claves. Se debe de cuidar el perfil gerencial y de cualquier miembro de la filial, como el dominio del idioma inglés y la experiencia internacional. Cuando se cuenta con competencias organizacionales y personales, se hará visible la empresa ante el corporativo y por lo tanto le serán asignados proyectos.

COMPETENCIAS QUE AFECTAN LA PÉRDIDA DE PROYECTOS.



Figura2, Competencias que afectan la pérdida de proyectos. FUENTE: Elaboración propia. (2014)

g) Aspectos claves de una filial para hacerse visible ante la matriz y ganar nuevos proyectos:



Figura 3, Competencias para la Visibilidad. Fuente: Elaboración propia. (2014)

Conclusiones.

De acuerdo a Nankervis et al. (1993), se concluye que una empresa filial que desea hacerse visible en el escenario global de competencia entre filiales con la matriz, tiene pocas posibilidades de alcanzar sus objetivos sin la capacidad de emplear a personas capacitadas en el desempeño de los perfiles de puestos y con rapidez.

En el siguiente gráfico se pretende plasmar de forma sintética las competencias obtenidas de nuestra investigación que perciben como necesarias para atraer proyectos y ser visibles ante el corporativo. Coincidiendo con los cuatro tipos de destrezas y recursos individuales que expone Ansoff, (1965).

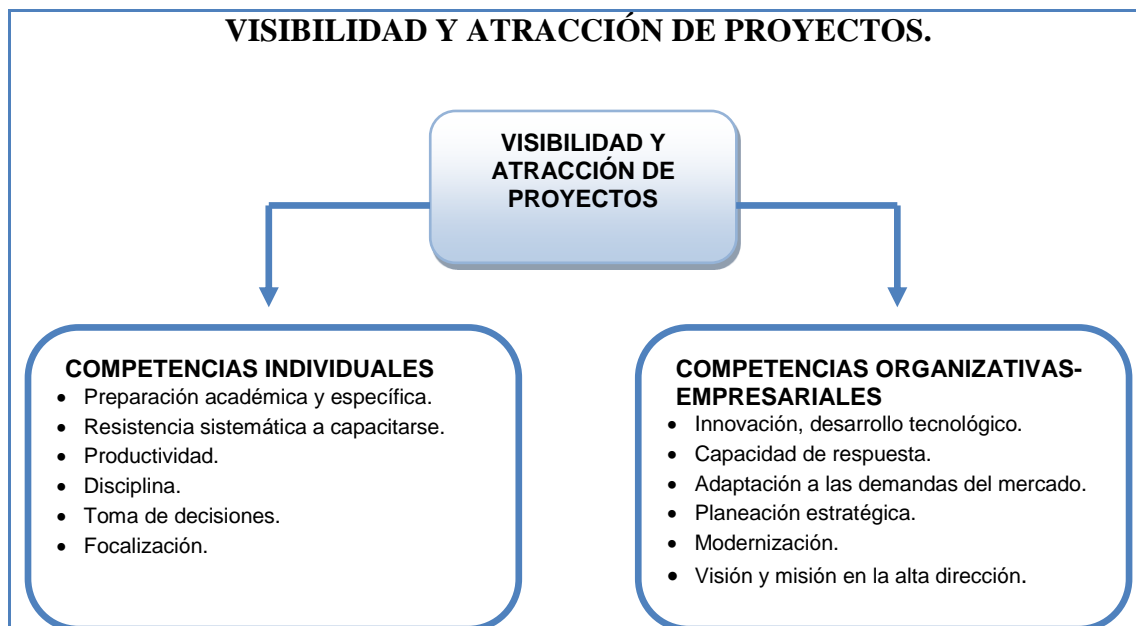


Figura 4, Visibilidad y atracción de proyectos. FUENTE: Elaboración propia. (2014)

Se observa que las percepciones de los empleados de la filial no se contraponen ante los aspectos teóricos analizados. Sin embargo si encontramos especificidades para el enclave de la industria electrónica específicamente en la ZMG en su deseo de hacerse visibles u obtener proyectos. Para lograr que se desarrollen las competencias, se requiere un eficiente sistema educativo que permita satisfacer la demanda de recursos humanos calificados de las empresas para acelerar los ritmos de aprendizaje e innovación que demandan los mercados internacionales de las multinacionales de alto valor agregado.

Por su parte las empresas deben complementar los esfuerzos de la educación formal a través de programas de actualización continua que permitan traer los conocimientos y destrezas que necesitan las empresas filiales para competir exitosamente desarrollando programas de capacitación de personal con el fin de potencializar las competencias necesarias para atraer proyectos y de esta forma ser visibles con la matriz. Es en las personas donde reside el futuro de las empresas filiales, y es de ellas de las que depende su supervivencia.

Con base a las propuestas de ésta investigación y dando respuesta al problema planteado, se presenta como resultado del estudio, las siguientes consideraciones:

- 1.- Los activos intangibles, en las competencias profesionales y personales de los empleados son necesarios para que las empresas transnacionales mantengan a la filial en constante obtención de proyectos y retención de ellos.

2.- Se propone que las empresas filiales deberían de analizar y prever soluciones para contar con las competencias necesarias para hacerse visibles ante el corporativo y dar los pasos que la lleven a un entorno más competitivo, donde el atributo de la ventaja se base en potencializar las competencias personales y organizativas, así como en la planeación, capacitación y adiestramiento de su recurso humano.

3.- De acuerdo a la investigación y a los resultados del trabajo de campo, mediante las respuestas obtenidas con el instrumento de recolección de datos, el conjunto de percepciones que dan a conocer los entrevistados, representan una nueva visión y conceptualización del recurso humano, también entendido como capital social de la empresa o activos intangibles, así como también un cambio cultural y social en los hábitos de trabajo; lo que se expresa como: ante mayores retos y oportunidades, mayores exigencias de capacidad, habilidad y competencias se requieren.

Empezar a modificar la percepción de la complejidad del mercado económico mundial, cuya pertinencia y permanencia como empresa dependerá de la calidad y cantidad de las competencias de los colaboradores y de la habilidad y disposición para enfrentar los retos futuros.

Referencias bibliográficas:

ANSOFF, I. (1965), Corporate Strategy, McGraw- Hill Inc. (Hay versión española:

La estrategia de la empresa, EUSA, Pamplona, 1976).

BARDOZA, GUILLERMO (2005). “*Competitividad Internacional en Economías*

emergente, un estudio comparado de Asia del Este, México y América del sur”. España. CYTED.

BBVA BANCOMER (2013). “*Situación Regional Sectorial*”, Estudios económicos del Grupo BBVA

DUSSEL, E. (2002). *La subcontratación como proceso de aprendizaje el caso de la*

electrónica en Jalisco en la década de los noventa. Red de subcontratación y competitividad. CEPAL- Santiago de Chile.

DUSSEL, PETERS, ENRIQUE (2003)- CEPAL. “*La inversión extranjera en México*”.

GARCÍA SALDAÑA, G., (1995). “*México ante el Reto de la Competitividad*”.

Ed. Castillo. México, D.F.

HAMEL, G. y PRAHALAD, C.K. (1994), *Competing for the future*, Harvard

Business School Press, Boston, 1995.

IMCO: Índice Mexicano para la competitividad en <http://imco.org.mx/competitividad/indice-de-competitividad-internacional-2013/>

recuperado: 03/09/13 Índice de Competitividad Internacional 2013.

INEGI, (2009): Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. En:

www.inegi.gob.mx El: 13/09/13.

LEÓN, S. Y HERNÁNDEZ, G., (2004). *El cluster de la electrónica en Jalisco:*

principales determinantes y características. México.

NANKERVIS, A. R., COMPTON, R. L. AND MCCARTHY, (1993). "*Strategic Human Resource Management*", Thomas Nelson, Scarborough, Ontario.

NAVARRETE, BAEZ. Francisco (2008) *Presente y Futuro de la Industria Maquiladora Electrónica en la zona metropolitana de Guadalajara*, XII Congreso Internacional de la Academia de Ciencias de la Administración, A.C. (ACACIA) Jalisco.

PORTER, MICHAEL E. (1990) - (1991-trad). "*The Competitive advantage of Nations*",

ROMO MURILLO, DAVID, (2005). "*Inversión Extranjera, derramas tecnológicas y desarrollo industrial en México*". CIDE y Fondo de Cultura Económica.

SANDOVAL CABRERA, PABLO (1998). "*Inversión Extranjera Directa y Deuda a largo plazo: sus impactos relativos en la economía mexicana*". México. Luna Hnos. Impresores.

SOTELO, J.M., y CERVANTES, L.S. (2014). "*Visibilidad de la filial*", Doctorado en Ciencias de la Administración, UNIVA, México.

VILLAREAL, RENÉ (2005). "*Industrialización, competitividad y desequilibrio externos en México: un enfoque macroindustrial y financiero (1929-2010)*". México. Fondo de Cultura Económica.