

Detección de necesidades de capacitación en Mipymes de ropa regional estilizada de Tuxtepec (Oaxaca, México)

Adriana Valdivia Cobos*

Alejandra Isabel González Montor**

Fecha de recibido: 22 de abril de 2021

Fecha de aprobado: 14 de octubre de 2021

Para citar este artículo: Valdivia Cobos, A., & González Montor, A. I. (2022). Detección de necesidades de capacitación en Mipymes de ropa regional estilizada de Tuxtepec (Oaxaca, México). *Revista Universidad & Empresa*, 24(43), 1-24. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.10521>

Resumen

La capacitación se ha convertido en una exigencia para las Mipymes de la industria textil regional, ya que requieren actualizaciones de herramientas teóricas y prácticas para su mejora continua. Este proceso inicia con la detección de necesidades de capacitación (DNC), que es primordial porque proporciona la información precisa para cubrir la brecha entre lo que requiere el puesto y el perfil del trabajador. El objetivo de la investigación es detectar las necesidades de capacitación de las Mipymes dedicadas al diseño, confección y comercialización de ropa regional estilizada de Tuxtepec (Oaxaca, México). Para lograrlo se hizo un diagnóstico a siete microempresarias mediante un cuestionario de DNC, el cual se distribuyó en conocimientos, habilidades y actitudes, siendo los dos primeros apartados divididos a su vez en gestión de diseño, corte y confección, y administración. En este sentido, las Mipymes presentan necesidades importantes como: realizar alianzas con otras empresas, tendencias de moda, investigación y diseño de colecciones, planes de *marketing*, teoría del color, elaborar prendas de acuerdo al mercado y a las tendencias de moda. Resalta que las necesidades se encuentran principalmente en el área de gestión de diseño. Los resultados proporcionan información importante para desarrollar un plan de capacitación puntual para estas Mipymes.

* Estudiante de la Licenciatura en Ciencias Empresariales de la Universidad del Papaloapan campus Tuxtepec (México). Correo electrónico: valdivia.cobos.adriana@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1082-1932>

** Estudiante de la Licenciatura en Ciencias Empresariales de la Universidad del Papaloapan campus Tuxtepec (México). Correo electrónico: alemontor12@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2303-1232>

Palabras clave: capacitación; detección de necesidades de capacitación (DNC); Mipymes; ropa regional estilizada.

Detection of Training Needs in MSMEs of Stylized Regional Clothing in Tuxtepec (Oaxaca, Mexico)

Abstract

Training has become a requirement for MSMEs in the regional textile industry since they require updates of theoretical and practical tools for their continuous improvement. This process starts with the training needs detection (TNA), which is essential because it provides the precise information to cover the gap between what the position requires and the worker's profile. The objective of the research is to detect the training needs of MSMEs dedicated to the design, manufacture, and marketing of stylized regional clothing in Tuxtepec (Oaxaca, Mexico). To achieve this, seven microentrepreneurs were diagnosed by means of a TNA questionnaire, which was divided into knowledge, skills, and attitudes. The first two sections were divided into design management, cutting and sewing, and administration. It was identified that MSMEs have important needs such as: making alliances with other companies, fashion trends, research and design of collections, marketing plans, color theory, and making garments according to the market and fashion trends. It stands out that the needs are mainly in the area of design management. Important information was obtained to develop a specific training plan for these MSMEs.

Keywords: Training; training needs assessment (TNA); MSMEs; stylized regional clothing.

Detecção de necessidades de treinamento em Mipymes de roupas regionais estilizadas em Tuxtepec (Oaxaca, México)

Resumo

A formação profissional tornou-se um requisito para as Mipymes da indústria têxtil regional, uma vez que requer atualizações de ferramentas teóricas e práticas para o seu aperfeiçoamento contínuo. Esse processo inicia-se com a detecção de necessidades de capacitação (DNC) que é essencial porque fornece as informações precisas para cobrir a lacuna entre o que o cargo exige e o perfil do trabalhador. O objetivo da pesquisa é detectar as necessidades de capacitação de Mipymes dedicados ao design, fabricação e comercialização de roupas regionais estilizadas em Tuxtepec (Oaxaca, Mexico). Para isso, foi feito um diagnóstico a sete microempendedoras por meio de um questionário DNC, que foi distribuído em conhecimentos, habilidades e atitudes, sendo as duas primeiras seções divididas em gestão de design, alfaiataria e confecção e administração. Nesse sentido, as Mipymes têm necessidades importantes como: fazer alianças com outras empresas, tendências de moda, pesquisa e design de coleções, planos de marketing, teoria das cores, confecção de roupas de acordo com o mercado e tendências de moda. Destaca-se que as necessidades de capacitação são principalmente na área de gestão de design. Os resultados fornecem informações importantes para o desenvolvimento de um plano de capacitação específico para essas Mipymes.

Palavras-chave: treinamento; detecção de necessidades de treinamento (DNC); Mipymes; vestuário regional estilizado.

Introducción

Las Mipymes tienen una participación importante en el desarrollo sostenible del país, por lo tanto, requieren de un proceso que genere información y conocimientos para fortalecerlas, lo cual se logra mediante la capacitación. El problema principal es que estas ven la capacitación como una inversión innecesaria e incluso como un lujo para las grandes organizaciones. De ahí que la mayoría de las empresas tengan un sinnúmero de necesidades, lo que da relevancia a la implementación de un programa de capacitación. Este proceso inicia con la detección de necesidades de capacitación (DNC), el cual debe estar dirigido a identificar los comportamientos deseados de un trabajador o a especificar las competencias que este debe poseer para realizar correctamente su trabajo, entendiendo por competencias aquellas capacidades laborales que pueden ser adquiridas o mejoradas mediante la educación, la capacitación y la práctica laboral, como pueden ser: los conocimientos, las habilidades y la disposición anímica en el trabajo, lo cual permitirá mejorar el rendimiento actual y futuro de la fuerza de trabajo (Ávalos & Murillo, 2013; Bermúdez, 2014; Martínez & Martínez, 2009).

La constante renovación de conocimientos y capacidades tiene que ser uno de los enfoques de cualquier industria, acrecentándolo el hecho de ser Mipymes. Específicamente, para la industria textil la capacitación se ha convertido en una herramienta esencial para mantenerse al día. Rodríguez y Fernández (2006) argumentan que este sector presenta varios factores que afectan su competitividad, entre los que se encuentra el retraso tecnológico, no solo en las líneas de producción, sino también en los sistemas de comercialización y de diseño.

En México las empresas dedicadas a la elaboración de textiles han impulsado económicamente a regiones completas, enmarcando la cultura en el interior de un Estado, como acontece en la región Istmo con sus trajes típicos, reconocidos mundialmente, así como también lo son los textiles de Valles Centrales, Costa y Cuenca del Papaloapan en Oaxaca, siendo esto un distintivo para el Estado de Oaxaca como un productor de textiles por excelencia (COPLADE, 2016). Gracias a la globalización, los huipiles tradicionales se han adaptado a la vida moderna de las personas de la región, teniendo implicados a la moda y las tendencias que han evolucionado cada vez más, al igual que la identificación cultural y la diferenciación

que la vestimenta típica implica, la cual se ha tratado de resguardar. Mújica (2018) afirma que estas tendencias están enfocadas en un proceso de globalización en el cual las culturas se fusionan formando una única cultura global y en donde la persona no es perteneciente a una etnia particular, sino que es un habitante del mundo, por lo que las prendas terminan reflejando esta idea. De manera general, los cambios que la moda regional de San Juan Bautista Tuxtepec ha experimentado han dado el espacio para que esta industria se haya transformado en un punto importante en la economía de la ciudad, debido a la apertura de negocios dedicados, precisamente, al diseño, elaboración y venta de ropa regional estilizada.

Por lo anterior, el objetivo de la investigación es detectar las necesidades de capacitación en microempresarias de Mipymes dedicadas al diseño, elaboración y comercialización de ropa regional estilizada de San Juan Bautista Tuxtepec (Oaxaca) por medio del instrumento de DNC. La identificación de dichas necesidades aportará una base fundamentada que servirá de guía para los empresarios de este giro comercial, el cual es uno de los principales aportadores económicos en la ciudad.

Revisión teórica

Capacitación

La capacitación es un proceso sistemático y planificado, que parte de un diagnóstico de necesidades, y que tiene como objetivo la obtención, enriquecimiento y actualización de conocimientos, habilidades y competencias que les permitirá a los empleados desarrollar eficientemente las actividades de sus puestos de trabajo. Implica tomar decisiones en diferentes áreas de la empresa, que deben ser fundamentadas y objetivas (Bermúdez, 2015; Camarena, 2019; Valencia, Isaac & Brito, 2017), con el propósito central de mejorar el rendimiento actual y futuro de la fuerza laboral (Bermúdez, 2014).

La capacitación tiene como fin motivar al recurso humano para que se sienta en un ambiente laboral idóneo y de esta manera pueda desarrollar su capacidad creativa y productiva (Bermúdez, 2015). Su importancia reside en el alcance de los objetivos de la

organización, ya que proporciona oportunidades a los empleados de todos los niveles para obtener los aspectos requeridos por la empresa. Por lo tanto, la capacitación no puede verse como un gasto, sino como una inversión, cuyo retorno es bastante compensatorio (Chiavenato, 2000, en Valencia et al., 2017).

Robbins (1998, en Gonzales, 2018) plantea que establecer objetivos concretos es la base que debe resultar de la determinación de las necesidades de capacitación, dentro de los que se encuentran: proporcionar oportunidades para el desarrollo personal continuo, cambiar la actitud de las personas y mantener a los ejecutivos y empleados permanentemente actualizados frente a los cambios científicos y tecnológicos, proporcionándoles información sobre la aplicación de nueva tecnología.

Algunos de los beneficios de la capacitación son tangibles, en el sentido en que pueden ser medidos y evaluados con razonable exactitud y relativa facilidad. De suerte que es una herramienta que facilita el aumento de la productividad de las empresas a través de mayores y mejores rendimientos de sus trabajadores, dado que propone tener personal más humanizado, con alto potencial de trabajo en equipo y apto para tomar decisiones en el momento oportuno y para generar la solución de problemas; forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas, sube el nivel de satisfacción con el puesto y otorga un valor agregado a los esfuerzos de este último grupo (Bermúdez, 2015; Hidalgo, 1998, en Camarena, 2019; Poblete, 2004, en Camarena, 2019).

La capacitación cubre una secuencia programada de hechos que se pueden visualizar como un proceso continuo, cuyo ciclo se renueva cada vez que se repite, por ende, el proceso de capacitación se asemeja a un modelo de sistema abierto. En términos amplios, la capacitación implica un proceso de cuatro etapas: detección de las necesidades de capacitación; programa de capacitación para atender las necesidades; implementación y realización del programa de capacitación; y evaluación de los resultados (Chiavenato, 2007).

Detección de las necesidades de capacitación (DNC)

La DNC proporciona la información mínima necesaria para tomar decisiones precisas que ahorren tiempo, dinero y esfuerzo (Reza, 2006). La necesidad de capacitación es una brecha entre lo que requiere el puesto y el perfil de las personas. Se presenta cuando en

la ejecución de una tarea o función quienes deben hacerlo carecen de los conocimientos, habilidades o actitudes requeridas para desempeñarla correctamente, y también se trata de carencias que pueden ser corregidas a través de un proceso de enseñanza-aprendizaje sistemático con objetivos definidos y evaluables. Dessler (2009) agrega que, para lograr eficientemente la capacitación, se necesita llevar a cabo en primer término el análisis de las necesidades; evaluar a los participantes; y establecer los objetivos de un programa formal de capacitación. Para Mendoza (2000, en Barroso & Salazar, 2010), el procedimiento completo de DNC incluye lo siguiente: búsqueda de evidencias generales, selección de áreas críticas, especificación de evidencias del área crítica, obtención de la descripción del puesto o de la lista de tareas, selección de técnicas y elaboración de instrumentos de investigación, aplicación de técnicas, análisis de información y elaboración del informe de la DNC. Es importante detectar las necesidades de capacitación considerando los indicadores *a priori*, aquellas necesidades de capacitación fácilmente previsibles antes de que los problemas surjan; y los indicadores *a posteriori*, que son necesidades no atendidas, por lo que se actúa cuando el problema ya sucedió, así como contar con los recursos adecuados para elaborar el programa y planear su implantación.

Chiavenato (2007) supone que la DNC se puede efectuar considerando tres niveles de análisis: el análisis organizacional, el de recursos humanos y el de las operaciones y tareas. En primer lugar, el análisis organizacional no solo se refiere al estudio de toda la empresa, sino también al ambiente socioeconómico y tecnológico en el cual está inserta. Este análisis ayuda a responder qué se debe enseñar y aprender en términos de un plan, y establece la filosofía de la capacitación para toda la empresa. El análisis organizacional “determina la importancia que se dará a la capacitación” (p. 392). Mientras, el análisis de los recursos humanos procura constatar si estos son suficientes, en términos cuantitativos y cualitativos, para cubrir las actividades presentes y futuras de la organización. Se trata de un análisis del funcionamiento de la organización que reconoce que los empleados cuentan con las habilidades, los conocimientos y las actitudes que desea la organización. Mientras que el análisis de las operaciones y tareas es el nivel de enfoque más restringido para realizar la DNC, pues el análisis se efectúa a nivel de puesto y se sustenta en los requisitos que este exige a su ocupante. Más allá de la organización y de las personas, la capacitación también debe considerar los puestos para los cuales las personas deben ser capacitadas.

Capacitación en las Mipymes de la industria textil

La falta de capacitación en las Mipymes disminuye la cultura de la innovación y el desarrollo tecnológico, mientras que las empresas que dan capacitación lo hacen de manera selectiva en las etapas críticas de los procesos de gestión. Elementalmente, el gran problema de desarrollar una estrategia integral de capacitación consiste en proponerla a los empresarios, que estos la acepten y posteriormente implementarla en la empresa, debido a que se resisten al cambio, pues tienen métodos que les han funcionado toda la vida (Mejía, Montoya & Vélez, 2010, en Camarena, 2019).

En la industria de la confección igualmente se requiere una actualización permanente de conocimientos en cuanto a diseño, nuevas técnicas de corte, utilización de nueva tecnología en maquinaria, herramientas utilizadas en el proceso productivo, especialmente en las nuevas tendencias de la moda (Villegas, 2014). Se considera que las Mipymes cuentan con los grupos más vulnerables de la población trabajadora, ya que, muchas veces, no poseen ninguna certificación o habilidad, conocimientos en conceptos, herramientas y procedimientos para desempeñarse en el trabajo, lo que limita los niveles de productividad, eficiencia y eficacia de las empresas. Por esto, es preciso establecer programas de capacitación como una estrategia para cubrir estas necesidades y para ayudarlas a sobrevivir dentro de la competencia en el mercado (Granados, Serrano & Barradas, 2018; Valencia et al., 2017). Además, los programas actuales de capacitación no promueven la innovación y la creatividad. Las Mipymes reconocen que sus firmas tienen problemas en la gestión de producción, calidad y desarrollo de nuevos productos (Mejía & Bravo, 2008). Rodríguez y Fernández (2006) afirman que este sector presenta varios factores que afectan su competitividad, entre los que se encuentra el retraso tecnológico en las líneas de producción, en los sistemas de comercialización y de diseño. Por lo anterior, Villegas (2014) asegura que una capacitación continua en el área de producción busca orientar la cultura de la organización, y que los resultados serán visibles porque originarán productos de alta calidad.

Por su parte, Ramón, Paz, Reyes y Espinosa (2018) aluden que el sector dedicado a la industria de ropa regional se ha enfrentado a nuevas oportunidades de crecimiento, propiciadas por la divulgación cultural, la incursión del diseño y de la moda, lo cual ha dado pie al surgimiento de nuevas empresas dedicadas a la oferta de dichos productos.

Sin embargo, las diferentes revoluciones industriales han impactado en la producción mundial y el sector textil nacional ha tenido como resultado una serie de acontecimientos, de carácter tecnológico, económico y comercial. Afortunadamente, la tradición textil se está filtrando en la expresión del diseño contemporáneo. Los artesanos dedicados a esta área se vieron obligados a darle un giro a su trabajo y fueron ampliando sus diseños, incrementado su gusto por la elaboración de prendas regionales con diseños novedosos y originales.

Hernández (2018) sostiene que se han modificado los trajes tradicionales para poder venderlos como ropa casual, es decir, toman parte de algún bordado o telas hechas en telar tradicional para poder adornar ropa con toques típicos y tradicionales de los pueblos de Oaxaca, a esto se le llama prendas estilizadas, siendo el objetivo el de ingresar al mercado nacional e internacional. Esto surgió debido a que es más fácil comercializar las prendas de corte casual con un pequeño bordado incrustado a vestir completamente un traje regional, además de que un elemento importante es conceptualizar el diseño de colecciones. Para Uribe (2017), la clave es conocer el perfil del consumidor, tomar en cuenta la temporada, las tendencias y hasta la competencia. “El consumidor mexicano es impaciente; busca algo único y que lo enorgullezca”.

Pymes de la industria textil en San Juan Bautista Tuxtepec (Oaxaca)

El sector moda y textil de México está conformado por aproximadamente 20 000 empresas, de las cuales el 90% son pequeñas y medianas, mismas que generan alrededor de un millón de empleos directos e indirectos (Centro Mexicano de Derecho Ambiental en Rodríguez, 2019). En el Estado de Oaxaca, el sector artesanal es una parte invaluable de la identidad de los ciudadanos, que ha dado pie al desarrollo de empresas y comercios de este mercado. Además, al ser el Estado un patrimonio cultural de la humanidad es un destino turístico por excelencia, lo que representa un factor de impulso al desarrollo productivo en el sector textil regional (Ramón et al., 2018).

La rama artesanal preponderante en la región del Papaloapan es el textil de algodón en telar de cintura en un 90% con la elaboración de huipiles en las comunidades de San Juan Bautista Valle Nacional, San Lucas Ojitlán, Nuevo Soyaltepec, Loma Bonita, San Felipe

Jalapa de Díaz y San Felipe Usila (COPLADE, 2016), las cuales son las principales proveedoras y artesanas asociadas a las Mipymes de ropa regional estilizada de Tuxtepec.

Metodología

La investigación adopta un diseño transeccional descriptivo, pues lo que se busca es localizar las variables, para poder describirlas, hacer su registro, análisis e interpretación, y así determinar cuáles están afectando al grupo por estudiar. Es decir, determinar las necesidades de capacitación de las Mipymes de Tuxtepec, específicamente las que se dedican al diseño, confección y comercialización de prendas regionales estilizadas.

En el municipio se ubican doce Mipymes dedicadas al diseño de ropa regional estilizada, de ellos decidieron colaborar en el estudio el 58.33% ($n = 7$). Todas ellas propietarias de las micro y pequeñas empresas con una media de edad de 39.43 (d.s.±13.10); de acuerdo con el nivel de estudios de las encuestadas, el 14.29% ($n = 1$) cuenta con un posgrado; el 28.57% ($n = 2$), con un nivel superior; mientras que el resto se distribuye en un nivel medio superior y básico ($n = 4$).

Se elaboró un cuestionario de DNC, el cual se distribuye en conocimientos, habilidades y actitudes. Y los dos primeros apartados, a su vez, se distribuyen en gestión de diseño, corte y confección, y administración. Dicho instrumento fue vaciado en la plataforma de Google Forms para su solución vía electrónica, e impreso para contestarlo, de manera física, a lápiz y en papel. Para determinar la fiabilidad del instrumento, este fue sometido a un análisis de jueces con expertos en el ámbito del diseño de modas; el acuerdo entre jueces fue del 100%.

Durante los meses de noviembre y diciembre de 2020 se contactó con las Mipymes de ropa regional estilizada de Tuxtepec a través de las redes sociales, con el objetivo de darles a conocer a los encargados la finalidad del estudio y para invitarlos a participar en él. Una vez enteradas, las empresas que aceptaron participar contestaron el instrumento aproximadamente una semana después de su confirmación, según el medio elegido por

ellas para administrar el instrumento, es decir, vía electrónica o de forma presencial en sus negocios, seguida de su aplicación en la modalidad seleccionada. Y, finalmente, se elaboró una base de datos en Excel para el análisis e interpretación de la información.

Resultados

Los resultados de la DNC se distribuyen en tres secciones: conocimientos de gestión, habilidades de gestión y actitudes. Es necesario mencionar que cada una de estas fue evaluada en una escala del 1 al 9, donde de 1.00 a 3.99 se considera nivel de dominio bajo, de 4.00 a 6.99 nivel medio y a partir de 7.00 alto. Así mismo, y como se muestra en la tabla 1, cada uno de los niveles de dominio se dividieron en subniveles.

Tabla 1. Niveles y subniveles de dominio de la escala

Escala	Nivel de dominio	Subnivel de dominio
1.00-1.99	Bajo	Bajo
2.00-2.99		Medio
3.00-3.99		Alto
4.00-4.99	Medio	Bajo
5.00-5.99		Medio
6.00-6.99		Alto
7.00-7.99	Alto	Bajo
8.00-8.99		Medio
9.00-9.99		Alto

Fuente: elaboración de las autoras.

Detección de necesidades de capacitación: conocimientos de gestión

A continuación, se presentan los resultados del diagnóstico de necesidades referentes a conocimientos de gestión. La figura 1 contiene las medias de dichos conocimientos, estos se valoraron a partir del diseño, corte y confección, y de la administración. Como puede apreciarse, los valores de las medias de dichos elementos se encuentran en un nivel alto y medio. Dentro del primer nivel, la media reporta un subnivel alto-bajo; en cuanto al

segundo, se ubica en medio-alto. En este sentido, las medias oscilan entre 6.21 y 7.20, siendo la más alta la de corte y confección ($m = 7.20$; $d.s. \pm 0.69$), seguida de administración ($m = 6.79$; $d.s. \pm 1.11$) y diseño ($m = 6.21$; $d.s. \pm 0.92$). En estas dos últimas se debe tomar especial atención, pues se encuentran en un nivel de dominio medio.

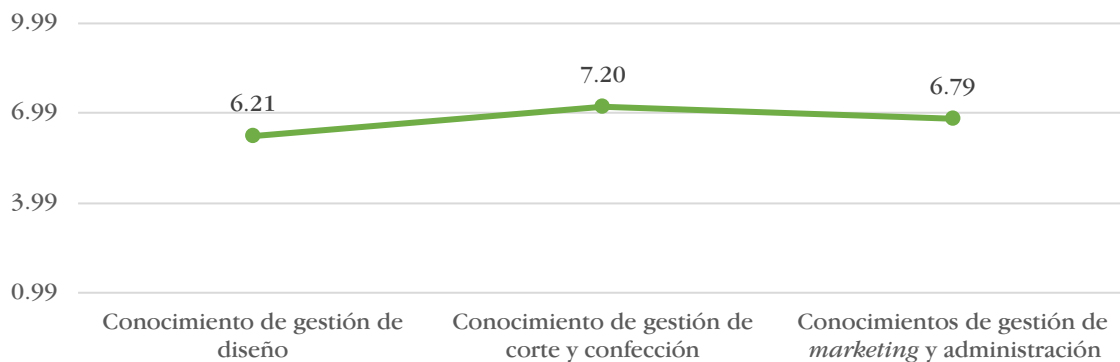


Figura 1. Medias de los conocimientos en gestión

Fuente: elaboración de las autoras.

Conocimientos de gestión de diseño

En el caso de los conocimientos en gestión del diseño, se evaluaron cuatro elementos: los principios básicos del diseño, las tendencias de la moda, la teoría del color y las técnicas para desarrollar la creatividad. Como puede observarse en la tabla 2, las microempresarias tienen un nivel de dominio alto, pero un subnivel alto-bajo en principios básicos de diseño ($m = 7.14$; $d.s. \pm 2.04$) y un subnivel medio-alto en técnicas para desarrollar la creatividad ($m = 6.86$; $d.s. \pm 2.97$). No obstante, en esta área de conocimientos se presentan dos necesidades de capacitación importantes y de inmediata atención: tendencias de moda ($m = 5.29$; $d.s. \pm 3.55$) y teoría del color ($m = 5.57$; $d.s. \pm 3.36$), pues ambas reportaron un nivel de dominio medio-medio.

Tabla 2. Elementos de conocimientos en gestión de diseño

Elementos	Media	d.s.	Nivel de dominio	Subnivel
Principios básicos del diseño	7.14	2.04	Alto	Bajo
Técnicas para desarrollar la creatividad	6.86	2.97	Medio	Alto
Teoría del color	5.57	3.36	Medio	Medio
Tendencias de la moda	5.29	3.55	Medio	Medio

Fuente: elaboración de las autoras.

Conocimientos de gestión de corte y confección

Como observa en la figura 1, la gestión de corte y confección tiene la media más alta en conocimientos ($m = 7.20$; $d.s. \pm 0.69$) con un subnivel alto-bajo. En este sentido, las medias de los elementos evaluados oscilan entre 6.14 y 8.57, clasificándolos dentro del rango de nivel de dominio alto y medio, tal como se ve en la tabla 3. A pesar de esto, al ser estos aspectos indispensables para el desarrollo de su actividad empresarial, se considera que las microempresarias tienen que prestar atención a aquellos elementos en los que su media se encuentra por debajo de un subnivel de dominio medio-medio. Puesto que actualmente se ubican en un subnivel medio-alto, podrían presentar una futura necesidad de capacitación, en este caso los conocimientos que se deben vigilar son: fibras textiles ($m = 6.14$; $d.s. \pm 3.02$), herramientas de corte ($m = 6.43$; $d.s. \pm 3.05$) y el mantenimiento de herramientas de corte ($m = 6.43$; $d.s. \pm 3.05$).

Tabla 3. Elementos de conocimientos en gestión de corte y confección

Elementos	Media	d.s.	Nivel de dominio	Subnivel
Bordados de la región del Papaloapan	8.57	0.53	Alto	Medio
Sistemas de calidad	8.29	1.50	Alto	Medio
Técnicas de trabajo en equipo	7.86	1.46	Alto	Bajo
Requisitos de calidad en la costura	7.71	1.89	Alto	Bajo
Técnicas de ensamblado de prendas	7.71	1.80	Alto	Bajo
Fabricación de prendas de vestir	7.43	2.64	Alto	Bajo
Estándares de producción	7.43	3.05	Alto	Bajo
Normas de seguridad	7.14	3.08	Alto	Bajo
Aplicaciones en prendas de usos comunes	7.00	2.77	Alto	Bajo
Corte de patrones	6.86	2.54	Medio	Alto
Escalado de tallas	6.86	2.54	Medio	Alto
Manejo de máquinas de costura	6.83	3.08	Medio	Alto
Construcción del patrón	6.57	2.99	Medio	Alto
Herramientas de corte	6.43	3.05	Medio	Alto
Mantenimiento de herramientas de corte	6.43	3.05	Medio	Alto
Fibras textiles	6.14	3.02	Medio	Alto

Fuente: elaboración de las autoras.

Conocimientos de gestión de administración

Por su parte, los resultados del diagnóstico en cuanto a los conocimientos de gestión de administración, como recordaremos de la figura 1, se encuentran en un nivel de dominio medio,

ya que solo 2 de los 12 elementos considerados dentro de este conocimiento cuentan con medias clasificadas en un nivel de dominio alto-medio, atención al cliente ($m = 8.86$; $d.s. \pm 3.00$) y costos y presupuestos ($m = 8.71$; $d.s. \pm 0.49$), como muestra la tabla 4. Por lo tanto, se identifica que los aspectos que se deben vigilar en esta área son aquellos cuyo nivel de dominio se ubica en medio alto, tales como las ventas *online* ($m = 6.14$; $d.s. \pm 3.20$), el manejo de los recursos para formular, ejecutar y evaluar proyectos de diseño ($m = 6.29$; $d.s. \pm 3.09$), el *marketing* y ventas ($m = 6.29$; $d.s. \pm 3.46$), el desarrollo y gestión de redes sociales ($m = 6.29$; $d.s. \pm 2.93$) y principalmente el manejo de TIC, ya que es el elemento con la media con menor puntuación ($m = 6.00$; $d.s. \pm 3.36$).

Tabla 4. Elementos de conocimientos en gestión de administración

Elementos	Media	d.s.	Nivel de dominio	Subnivel
Atención al cliente	8.86	3.00	Alto	Medio
Costos y presupuestos	8.71	0.49	Alto	Medio
Control de inventarios	6.71	2.88	Medio	Alto
Procedimientos de embolsado y empaque	6.57	3.58	Medio	Alto
Canales de comercialización	6.57	0.38	Medio	Alto
Dirección de personal	6.57	3.26	Medio	Alto
Necesidades del mercado	6.43	3.64	Medio	Alto
Manejo de los recursos para formular, ejecutar y evaluar proyectos de diseño	6.29	3.09	Medio	Alto
Marketing y ventas	6.29	3.46	Medio	Alto
Desarrollo y gestión de redes sociales	6.29	2.93	Medio	Alto
Ventas <i>online</i>	6.14	3.20	Medio	Alto
Manejo de TIC	6.00	3.10	Medio	Alto

Fuente: elaboración de las autoras.

Detección de necesidades de capacitación: habilidades de gestión

La figura 2 muestra las medias generales de las habilidades de gestión, en las cuales se evalúan las habilidades de gestión de diseño, de corte y confección, y administrativas. Los resultados reflejan un nivel de dominio alto y medio, pues se encuentran entre 7.67 y 6.61, donde gestión de corte y confección es el puntaje con mejor nivel de dominio, alto-bajo ($m = 7.67$; $d.s. \pm 0.75$). Sin embargo, se tiene que prestar atención al diseño, ya que es un elemento primordial en este tipo de Mipymes y su media fue la más baja, con un subnivel

medio-alto ($m = 6.61$; $d.s. \pm 0.75$), seguida de habilidades en gestión administrativa con un dominio alto-bajo ($m = 7.03$; $d.s. \pm 0.65$).

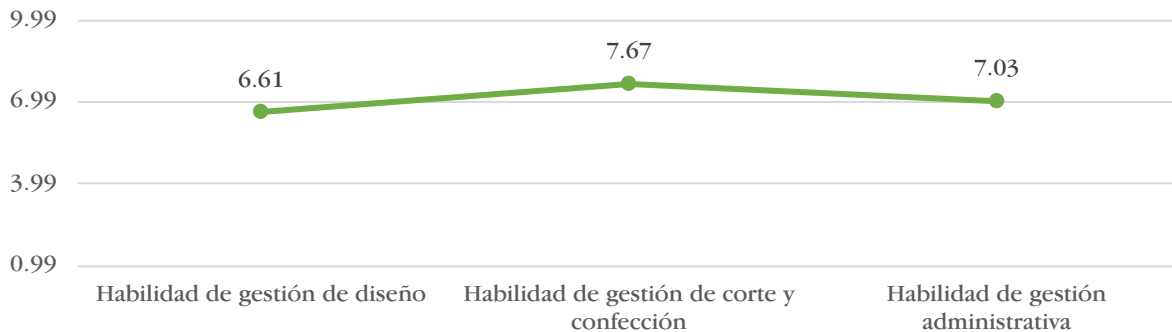


Figura 2. Medias de las habilidades en gestión

Fuente: elaboración de las autoras.

Habilidades de gestión del diseño

Por otro lado, en la tabla 5 en cuanto a las habilidades de gestión de diseño se puede observar que los resultados reportan que el 50% ($n = 5$) de los elementos tienen un nivel de dominio alto, mientras que el 50% ($n = 5$) restante se encuentra en un nivel medio; de estas últimas se tiene que prestar atención a las que están en un subnivel de dominio igual o menor al medio-medio. Por ello, las necesidades de capacitación por atender son: tendencias de moda ($m = 5.71$; $d.s. \pm 3.25$) y definición de tema de colección ($m = 5.43$; $d.s. \pm 3.64$), las dos con un subnivel de dominio medio-medio, así como la investigación del tema de colección ($m = 4.86$; $d.s. \pm 3.29$) y tendencias de moda para temporadas futuras ($m = 4.57$; $d.s. \pm 3.74$), ambas con un subnivel medio-bajo.

Tabla 5. Elementos de habilidades de gestión de diseño

Elementos	Media	d.s.	Nivel de dominio	Subnivel
Diseños y técnicas tradicionales	8.00	1.83	Alto	Medio
Colores teniendo en cuenta los mensajes que se quieran transmitir	7.86	1.86	Alto	Bajo
Colores por tonalidad, por complementariedad y por contraste	7.86	1.21	Alto	Bajo
Capacidad de innovar	7.86	1.57	Alto	Bajo
Capacidad de crear	7.57	1.62	Alto	Bajo

Elementos	Media	d.s.	Nivel de dominio	Subnivel
Selección de colores con base en las tendencias de la moda y en la temática del diseño	6.43	2.94	Medio	Alto
Tendencias de la moda	5.71	3.25	Medio	Medio
Definición tema de colección	5.43	3.64	Medio	Medio
Investigación del tema de la colección	4.86	3.29	Medio	Bajo
Tendencias de moda futuras	4.57	3.74	Medio	Bajo

Fuente: elaboración de las autoras.

Habilidades de gestión de corte y confección

Los elementos que se encuentran dentro de las habilidades en gestión de corte y confección estimados por las Mipymes de ropa regional estilizada tienen medias que están dentro del rango de 5.57 y 9.00, como se observa en la tabla 5. De ellos, el 66.67% (n = 6) tienen un nivel de dominio alto y el resto, medio; no obstante, cada uno de estos con diferentes subniveles (n = 3). Es preciso señalar que las prendas de vestir con base en los requerimientos de la moda (m = 5.71; d.s.±3.09) y prendas de vestir de acuerdo a las exigencias del mercado (m = 5.57; d.s.±3.15) son los elementos que necesitan atención, pues cuentan con un subnivel de dominio medio-medio.

Tabla 6. Elementos de habilidades en gestión de corte y confección

Elementos	Media	d.s.	Nivel de dominio	Subnivel
Prendas de vestir con base en los requerimientos del cliente	9.00	0.00	Alto	Alto
Bordados de la región del Papaloapan	8.86	0.38	Alto	Medio
Verificación de la calidad de prendas antes de hacer los acabados	8.71	0.76	Alto	Medio
Maximización de los recursos	8.71	0.76	Alto	Medio
Acabados en las prendas de vestir	8.14	1.21	Alto	Medio
Empaques de las prendas de vestir según el diseño y requerimientos del cliente	7.71	2.98	Alto	Bajo
Empaque de prendas de vestir según las exigencias del mercado	6.57	3.31	Medio	Alto
Prendas de vestir de acuerdo a las tendencias de la moda	5.71	3.09	Medio	Medio
Prendas de vestir de acuerdo a las exigencias del mercado	5.57	3.15	Medio	Medio

Fuente: elaboración de las autoras.

Habilidades de gestión de administración

En cuanto a los últimos nueve elementos sobre gestión administrativa evaluados en el diagnóstico, los resultados generales arrojan un nivel de dominio alto ($m = 7.03$; $d.s. \pm 0.65$), como se observa en la tabla 7. Sin embargo, de forma específica cada una de las habilidades en gestión de administración cuentan con medias entre 4.29 a 8.86, en ellos se destacan dos elementos a los cuales se debe priorizar por tener una media con un nivel de dominio medio-bajo: diseño planes de *marketing* ($m = 4.57$; $d.s. \pm 3.46$) y alianzas con otras empresas ($m = 4.29$; $d.s. \pm 3.59$).

Tabla 7. Elementos de habilidades en gestión de administración

Elementos	Media	d.s.	Nivel de dominio	Subnivel
Atención al cliente	8.86	0.38	Alto	Medio
Compaginación de varias tareas	8.57	0.79	Alto	Medio
Capacidad de negociaciones	8.29	1.25	Alto	Medio
Creación y generación de ideas estratégicas para lograr altas ventas	8.14	1.57	Alto	Medio
Gestión y organización con su carga de trabajo	7.86	1.46	Alto	Bajo
Trabajo en equipo con compañeros para lograr una colección con base en un tema acordado	6.57	2.94	Medio	Alto
Control de inventarios	6.14	3.39	Medio	Alto
Diseño de planes de <i>marketing</i>	4.57	3.46	Medio	Bajo
Alianzas con otras empresas	4.29	3.59	Medio	Bajo

Fuente: elaboración de las autoras.

Detección de necesidades de capacitación: actitudes

El tercer aspecto evaluado son las actitudes que este sector posee actualmente. Las medias de las actitudes se ubican entre los 7.00 y 9.00, esto muestra que en lo referente a las inclinaciones o disposiciones de las personas para realizar su trabajo no presentan necesidades de capacitación inmediatas. En ellas se detecta que su nivel de dominio es alto en todos los elementos solicitados, y tiene una media general de 8.32 ($d.s. \pm 0.67$). El elemento mejor evaluado, con un subnivel alto-alto, tal como se muestra en la tabla 8, fue el que las empresarias están comprometidas con la comunidad, el medio ambiente, el respeto a la mujer y a las etnias con una media de 9.00 ($d.s. \pm 0$).

Tabla 8. Elementos de las actitudes

Elementos	Media	d.s.	Nivel de dominio	Subnivel
Compromiso con la comunidad, el medio ambiente, el respeto a la mujer y a las etnias	9.00	0.00	Alto	Alto
Orden en el área de trabajo	8.71	0.49	Alto	Medio
Limpieza en el área de trabajo	8.71	0.49	Alto	Medio
Trabajo metódico, organizado y realizado eficazmente	8.71	0.49	Alto	Medio
Solidaridad y compañerismo	8.71	0.49	Alto	Medio
Deseo de aprender constantemente	8.71	0.76	Alto	Medio
Capacidad para toma de decisiones	8.71	0.49	Alto	Medio
Observación y atención al detalles en la elaboración de su trabajo	8.57	0.53	Alto	Medio
Rapidez para responder a las necesidades	8.57	0.79	Alto	Medio
Comunicación eficaz, intercambiando información y coordinación en tareas con las personas del entorno laboral	8.43	0.98	Alto	Medio
Flexibilidad y adaptabilidad a los cambios	8.43	0.79	Alto	Medio
Interés en la búsqueda de soluciones ante problemas concretos	8.43	1.13	Alto	Medio
Disposición de aprender de sus errores, así como de su entorno; transferir y valorizar sus aprendizajes	8.29	1.50	Alto	Medio
Identificación de problemas y planteamiento de alternativas de solución	8.29	0.95	Alto	Medio
Afrontamiento de conflictos del entorno de trabajo	8.29	0.95	Alto	Medio
Pensamiento estratégico del negocio	8.29	0.76	Alto	Medio
Respuestas de manera proactiva	8.14	1.07	Alto	Medio
Creatividad	8.14	1.46	Alto	Medio
Autotrabajo con capacidad creativa	7.86	1.68	Alto	Bajo
Disponibilidad de llevar a la práctica ideas de diseños	7.71	1.70	Alto	Bajo
Actitud para seguir las instrucciones	7.43	2.15	Alto	Bajo
Observación y percepción de las tendencias de la moda	7.00	3.00	Alto	Bajo

Fuente: elaboración de las autoras.

Discusión

El objetivo de la presente investigación fue detectar las necesidades de capacitación en Mipymes dedicadas al diseño, elaboración y comercialización de ropa regional estilizada de San Juan Bautista Tuxtepec (Oaxaca). En los resultados se logró detectar importantes necesidades de capacitación, pese a que las Mipymes se caracterizan por tener un alto grado de adaptabilidad ante los cambios en su entorno, principalmente frente a efectos nocivos del mercado, no obstante, enfrentan diferentes problemas debido a sus propias características; la obsolescencia de conocimientos, capital y competencias son algunas de las razones por las cuales las empresas no se preocupan por capacitar a su personal (Guevara, 2012).

De acuerdo con Cruz y Surdez (2018), las diversas problemáticas dentro de las organizaciones se deben a acciones encaminadas a las necesidades de capacitación del personal, a la efectividad de identificarlas y, por ende, de atenderlas, ya que no depende exclusivamente de la calidad del aprendizaje que se genere, sino también de la forma en que sean satisfechas, de modo que estas contribuyan al logro de objetivos de cada organización. Lo anterior se puede observar en las Mipymes dedicadas al diseño, elaboración y comercialización de ropa regional estilizada, pues los resultados indican que las necesidades se encuentran principalmente en la gestión del diseño, específicamente en áreas de conocimiento de tendencias de moda y teoría del color, dado que ambas presentaron un nivel de dominio medio y subdominio medio-medio, al igual que su subnivel. Además, el 50% ($n = 5$) de las habilidades de diseño se ubicó en un nivel medio, es decir que son elementos a los que se les debe prestar atención, sobre todo en tendencias de moda para temporadas futuras e investigación del tema de colección, debido a que tuvieron un nivel medio pero un subnivel medio-bajo, así como en definición de tema de colección y tendencias de moda, ambas con un nivel y subnivel medio. A pesar de que esta área es una de las más importantes de acuerdo con el giro de las empresas, no tienen las altas puntuaciones que se esperaba tuvieran.

El problema de las Mipymes en Tuxtepec es que desafortunadamente no prestan atención en temas como tendencias de moda, definición del tema de la colección; no realizan investi-

gaciones sobre estos, ni se preocupan por seguir tendencia de modas futuras, pues elaboran prendas con base exclusivamente en los requerimientos del cliente, tal como lo vimos en los resultados, donde el 33.33% (n = 3) tuvieron un nivel de dominio medio en estos elementos. Es necesario resaltar que las prendas de vestir basadas en los requerimientos de la moda y prendas de vestir de acuerdo a las exigencias del mercado son los elementos que se encontraron en un subnivel medio-medio, por lo que se deduce que son problemas que se precisa atender. En armonía con Villegas (2014), en la industria textil los clientes prefieren que las prendas que van a adquirir sean diseñadas bajo la moda y presentadas en el espacio comercial, mientras que Martínez (2005, en Ramón et al., 2018) agrega que la variedad de productos influye en la decisión de compra de los clientes, pues gracias a eso pueden identificar con mayor facilidad las características que buscan para satisfacer de mejor manera sus necesidades al adquirir una prenda típica.

Aunado a esto, durante el estudio se determinó que, específicamente, del total de los elementos evaluados en las Mipymes, los que presentan una necesidad de capacitación inmediata son los elementos con dominios igual o por debajo del medio-medio, los cuales se ilustran en la tabla 9.

Tabla 9. Necesidades inmediatas de capacitación en las Mipymes de ropa regional estilizada de Tuxtepec

Elementos	Media	d.s.	Dominio
Habilidades para hacer alianzas con otras empresas	4.29	3.59	Medio-bajo
Habilidades en tendencias de moda para temporadas futuras	4.57	3.74	Medio-bajo
Habilidades en diseño de planes de <i>marketing</i>	4.57	3.46	Medio-bajo
Habilidades en investigación de temas de colección	4.86	3.29	Medio-bajo
Conocimientos en tendencias de moda	5.29	3.55	Medio-medio
Habilidades para definir temas de colección	5.43	3.64	Medio-medio
Habilidades para elaborar prendas de acuerdo a las exigencias del mercado	5.57	3.15	Medio-medio
Conocimientos de la teoría del color	5.57	3.36	Medio-medio
Habilidades para elaborar prendas de acuerdo a las tendencias de moda	5.71	3.09	Medio-medio
Habilidades para percibir tendencias de la moda	5.71	3.25	Medio-medio

Fuente: elaboración de las autoras.

El problema de desarrollar una estrategia integral de capacitación es proponerla a las microempresarias, que la acepten y posteriormente implementarla en la empresa, debido

a que se resisten al cambio y tienen métodos que les han funcionado toda la vida (Mejía et al., 2010, en Camarena, 2019). Además, muchas veces el problema sigue prevaleciendo porque las empresas no se toman el tiempo de realizar la DNC, determinando a su criterio las capacitaciones que creen necesarias. A lo largo del estudio, se identificó que dos de las Mipymes que participaron han proporcionado a sus trabajadores capacitación en temas de atención al cliente, manejo de telas, manejo de máquinas industriales y patronaje industrial en los últimos dos años, y nuestros resultados añaden que la capacitación se necesita en otras áreas de la organización. Igualmente, suele ser difícil tener el control de todos estos aspectos en las Mipymes, puesto que, con las que tuvimos contacto directo, nos mostraban la importancia que tienen los artesanos en la elaboración de la ropa, ya que, si bien en el proceso intervienen también diseñadores, sastres y modistas, los bordadores aportan sus creencias en las prendas, pues, al no contar con formaciones técnicas antes identificadas, ellos participan con sus habilidades adquiridas por medio de la tradición.

Conclusiones

Mediante el trabajo de investigación se logró identificar que las Mipymes dedicadas al diseño y elaboración de ropa regional estilizada en San Juan Bautista Tuxtepec (Oaxaca) tienen necesidades de capacitación importantes, pues, como Rodríguez y Fernández (2006) argumentan, este sector presenta varios factores que afectan su competitividad, como el retraso tecnológico en las líneas de producción y en los sistemas de comercialización y de diseño.

En primer lugar, en los conocimientos de gestión de diseño se identifican dos elementos importantes por considerar, las tendencias de moda y teoría del color, dado que el dominio actual que presentan las Mipymes es medio-medio en ambos casos. Así mismo, en gestión de corte y confección se considera que las microempresarias tienen que prestar atención a aquellos elementos que se ubican en un subnivel medio-alto, ya que podrían manifestar una futura necesidad de capacitación. En este caso los conocimientos fueron fibras textiles, herramientas de corte y el mantenimiento de herramientas de corte, puesto que, como Villegas (2014) afirma, esta industria requiere una actualización permanente de conocimientos en cuanto a diseño, nuevas técnicas de corte, utilización de nueva tec-

nología en maquinaria, herramientas empleadas en el proceso productivo, especialmente en las nuevas tendencias de la moda. Al mismo tiempo, se identificó que el aspecto que se debe vigilar en conocimiento de administración son el manejo de TIC, las ventas *online*, manejo de los recursos para formular, ejecutar y evaluar proyectos de diseño, *marketing* y ventas, y el desarrollo y gestión de redes sociales.

Por otro lado, las medias de las habilidades de gestión generales, en las cuales se evaluaron habilidades de gestión de diseño, de corte y confección, y administrativas, reflejaron un nivel de dominio alto y medio, donde tendría que prestarse atención en diseño, ya que es un elemento primordial en este tipo de Mipymes y su media fue la más baja, con un subnivel medio-alto, seguida de habilidades en gestión administrativa, con un nivel de dominio alto pero un subnivel alto-bajo.

En cuanto a las actitudes, descritas por Martínez y Martínez (2009), como la disposición anímica de los trabajadores, tuvieron una respuesta muy positiva, debido a que se detectó que su nivel de dominio es alto en todos los elementos solicitados, incluso tuvo un elemento evaluado con un nivel alto-alto y fue el que las microempresarias se encuentran comprometidas con la comunidad, el medio ambiente, el respeto a la mujer y a las etnias. Pese a esto, se debe tener en cuenta que los resultados positivos en esta última área muchas veces no bastan, es decir, puede que todas tengan una excelente disposición para realizar sus actividades, no obstante, debe existir un equilibrio con relación a los conocimientos y habilidades. Por lo anterior, y de acuerdo con Valencia *et al.* (2017), la ausencia de estos elementos limita los niveles de productividad, eficiencia y eficacia de las empresas, lo que hace preciso establecer programas de capacitación como una estrategia para cubrir estas necesidades y para ayudarlas a sobrevivir dentro de la competencia en el mercado.

También se logró identificar, en los resultados, que al momento de asignar calificaciones en los aspectos de diseño y corte y confección se otorgaron puntuaciones muy variadas en los mismos elementos, teniendo como resultados que las desviaciones estándar de las medias obtuvieran márgenes considerables de dispersión. A pesar de que su nivel de dominio fue alto en la mayoría de los elementos, no podemos decir que son resultados de excelencia para las microempresarias al ser estos factores esenciales para sus negocios. Algunas de ellas comentaban que dejan de lado aspectos de lo que se encuentra en tendencia de moda y los requerimientos de su mercado para asignar prioridad a los requerimientos de los clientes.

Además, consideran que la moda es algo pasajero y, al crear piezas únicas, su única inspiración son sus clientes. Sin embargo, otra parte de las encuestadas afirma estar actualizada e interesada en lo que surja en su mercado.

Finalmente, si bien es cierto en este estudio se obtuvo información importante para brindar herramientas teóricas y prácticas para la mejora continua de las Mipymes, es necesaria la continuidad de este, con el fin de obtener una información más detallada sobre el equipo de empleados y artesanos que colaboran con ellos, puesto que el DNC se elaboró en un nivel gerencial, dado que solo se evaluó a las propietarias de las Mipymes de ropa regional estilizada. De la misma forma, lo que sigue es la planeación y diseño del programa de capacitación que cubra las necesidades identificadas, su posterior implementación y la evaluación de los resultados del proceso.

Referencias

- Consejo de Planeación para el Desarrollo [COPLADE]. (2016). Diagnostico de la cadena de valor artesanías textil en las regiones de Oaxaca. <http://www.coplade.oaxac.gob.mx/wp-content/uploads/2017/04/Perfiles/AnexosPerfiles/1.%20CV%20TEXTIL.pdf>
- Ávalos Monge, A. L., & Murillo Méndez, V. M. (2013). La necesidad de capacitación en planes de negocio en las microempresas de la zona de occidente de Costa Rica. *InterSedes*, 14(29), 58-80. <https://doi.org/10.15517/isucr.v14i29.13499>
- Barroso Tanoira, F. G., & Salazar Cantón, J. R. (2010). Necesidades de capacitación en empresas comerciales y de servicios. Un estudio comparativo en 60 empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán, México. *Revista Raites*, 4(8), 1-20.
- Bermúdez Carrillo, L. A. (2014). Necesidades de capacitación de las pymes del Cantón de Bagaces. *Revista Reflexiones*, 93(2), 11-21. <https://doi.org/10.15517/rr.v93i2.17869>
- Bermúdez Carrillo, L. A. (2015). Capacitación: una herramienta de fortalecimiento de las pymes. *InterSedes*, 16(33), 1-25. <https://doi.org/10.15517/isucr.v16i33.19022>
- Camarena Adame, M. E. (2019). Capacitación en las pymes dirigidas por mujeres en la Ciudad de México. *Universidad & Empresa*, 21(37), 76-107. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6467>
- Chiavenato, I. (2007). Capacitación y desarrollo del personal. En *Administración de los recursos humanos* (pp. 385-415). McGraw Hill.

- Cruz Pérez, O. F., & Surdez Pérez, E. G. (2018). Detección de necesidades de capacitación: actividad para desarrollar el capital humano. *Revista Global de Negocios*, 6(3), 57-68.
- Dessler, G. (2009). Capacitación y desarrollo. En *Administración de recursos humanos* (pp. 291-377). Pearson Education.
- Gonzales Valdivia, F. M. (2018). *Capacitación empresarial y desempeño laboral en los trabajadores de la industria textil Topitop, Lima 2017* (Tesis en Ingeniería, Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima, Perú). <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/3358>
- Granados, J. L., Serrano Ú. G., & Barradas, M. J. (2018). La capacitación como estrategia de crecimiento de las pymes en México. *VinculaTégica EFAN*, 3(1), 420-433.
- Guevara, J. (2012). *La importancia de la capacitación en las pymes. Desarrollando líderes para transformar resultados*. <https://n9.cl/gsshc>
- Hernández, C. (7 de septiembre de 2018). Oaxaca está a la moda. *Crisol*. <https://www.crisolacatlan.com/post/2018/09/07/oaxaca-est%C3%A1-a-la-moda>
- Martínez, E., & Martínez, F. (2009). Una herramienta básica para la gestión de recursos humanos: el análisis de los puestos. En E. Martínez y F. Martínez (Eds.), *Capacitación por competencia. Principios y métodos*.
- Mejía Giraldo A., & Bravo Castillo, M. (2008). Alineación de los programas de capacitación con los procesos de innovación en pymes del sector confecciones del Valle del Cauca. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 6(2), 37-53. <https://doi.org/10.21500/22563202.522>
- Mújica Roncery, F. (2018). El tejido indígena en el diseño de moda actual: una mirada entre el trabajo manual y la fabricación industrial (*Pensamiento*), (*palabra*)... y *obra*, 20, 58-71. <https://doi.org/10.17227/ppo.num20-8159>
- Ramón Rodríguez, C. M., Paz Calderón, Y., Reyes García, M., & Espinosa Espíndola, M. T. (2018). La ropa de tipo artesanal: desafíos y oportunidades en su comercialización. *Visión de Futuro*, 22(2), 1-19. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3579/357959312001>
- Reza Trosino, J. C. (2006). Diagnóstico de necesidades de capacitación y desarrollo de recursos humanos. En J. C. Reza Trosino (Ed.), *Nuevo diagnóstico de necesidades de capacitación y aprendizaje en las organizaciones* (pp. 63-72). Panorama Editorial.
- Rodríguez Ceballos, F. (20 de noviembre de 2019). El 90% de las 20 000 empresas textiles de México son pymes. *Fashion Network*. <https://mx.fashionnetwork.com/news/El-90-de-las-20-000-empresas-textiles-de-mexico-son-pymes,1160002.htm>
- Rodríguez Monroy, C., & Fernández Chalè, L. (2006). Manufactura textil en México: un enfoque sistémico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 11(35), 335-351. <https://doi.org/10.37960/revista.v11i35.12872>

- Uribe, E. (26 de octubre de 2017). Lo que necesitas para abrir un negocio de ropa. *Entrepreneur*. <https://www.entrepreneur.com/article/303684>
- Valencia Flores, C. H., Isaac Godínez, C. L., & Brito Vallina, M. L. (2017). Programa de capacitación a microempresarios del centro histórico de Quito. *Universidad y Sociedad*, 9(4), 70-74. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/666>
- Villegas B., M. A. (2014). *Capacitación del talento humano para la industria de la confección en prendas de vestir de tejidos de punto en la ciudad de Atuntaqui, Cantón Antonio ante y propuesta alternativa para su mejoramiento* (Tesis de maestría, Universidad Técnica del Norte, Ibarra, Ecuador). <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/3541>