



Estrategias de gestión del talento humano para la competitividad en el sector de autopartes

Human talent management strategies for competitiveness in the auto parts sector

Oscar Ivan Pérez Jiménez

oscarivanperezjimenez@gmail.co

<https://orcid.org/0000-0001-9731-9154>

Escuela Superior de Administración Pública – ESAP-,
Bogotá, Colombia

Rosa Elvira Hernández Rodríguez

rosae.hernandezr@ecc.edu.co

<https://orcid.org/0009-0007-5067-6403>

Universidad ECCEI, Bogotá, Colombia

José Roberto Ochoa Gómez

ochoag@ecc.edu.co

<http://orcid.org/0009-0000-4170-4803>

Universidad ECCEI, Bogotá, Colombia

Artículo recibido: 10 de enero 2024 Arbitrado: 20 de febrero 2024 Aceptado: 25 de marzo 2024 Publicado: 01 de julio 2024

RESUMEN

La industria automotriz, caracterizada por su constante evolución tecnológica y la demanda de productos innovadores, ha posicionado al talento humano como un factor determinante para la competitividad. El objetivo del estudio es diseñar estrategias para la gestión del talento humano que mejoren la competitividad del sector de venta de autopartes en la ciudad de Bogotá. El enfoque es mixto, tipo exploratorio, con revisión documental. Se utilizaron instrumentos tipo encuesta y entrevistas aplicadas a los trabajadores de 35 mipymes. Los resultados respaldan que la idea de la productividad, la calidad y el servicio son pilares fundamentales para la competitividad, al mejorar las competencias aumenta la eficiencia y ofrece productos y servicios de mayor calidad, lo que se traduce en mayor satisfacción del cliente. Se concluye que implementar la propuesta mejora la competitividad de las empresas de autopartes en Bogotá D.C., y a su vez crea un entorno de trabajo justo, eficiente y motivador, con beneficios tangibles en términos económicos, sociales, administrativos, operativos y ambientales.

Palabras clave: Autopartes; Competitividad; Estrategias; Gestión; Humano; Talento

ABSTRACT

The automotive industry, characterized by its constant technological evolution and the demand for innovative products, has positioned human talent as a determining factor for competitiveness. The objective of the study is to design strategies for the management of human talent that improve the competitiveness of the auto parts sales sector in the city of Bogotá. The approach is mixed, exploratory, with documentary review. Survey-type instruments and interviews were used with the workers of 35 MSMEs. The results support that the idea of productivity, quality and service are fundamental pillars for competitiveness, by improving skills it increases efficiency and offers higher quality products and services, which translates into greater customer satisfaction. It is concluded that implementing the proposal improves the competitiveness of auto parts companies in Bogotá D.C., and in turn creates a fair, efficient and motivating work environment, with tangible benefits in economic, social, administrative, operational and environmental terms.

Keywords: Auto parts; Competitiveness; Strategies; Management; Human; Talent

INTRODUCCIÓN

La industria automotriz, se caracteriza por su constante evolución tecnológica y la creciente demanda de productos innovadores, esta ha posicionado al talento humano como un factor determinante para la competitividad. Al respecto, Becker y Huselid (1998), señalan que, el capital humano se ha convertido en un activo intangible de gran valor para las organizaciones, especialmente en sectores altamente competitivos como el de autopartes. Como bien lo expresa Villadiego y Calics (2022) en una sociedad que se caracteriza por los cambios acelerados, que imprime un reto a las organizaciones para promover un desarrollo basado en competencias que le permitan evolucionar, adaptarse, y dar respuesta efectiva en la demanda de los contextos de las organizaciones empresariales.

En este contexto, la gestión del talento humano en el sector de autopartes cobra especial relevancia. Autores como Ulrich (1997) han enfatizado la necesidad de que las empresas adopten una perspectiva estratégica en la gestión de sus recursos humanos, alineando las prácticas de gestión con los objetivos organizacionales. En el caso específico de la industria automotriz, estudios como los de Bergera (2017) han demostrado la importancia de una gestión eficaz del talento humano para lograr una ventaja competitiva.

La gestión del talento humano es fundamental para la competitividad del sector de venta de autopartes en Bogotá. Sin embargo, las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPymes) en este sector enfrentan desafíos para implementar prácticas efectivas debido a restricciones de recursos, acceso limitado a financiamiento y fuerte competencia en el mercado. Estas empresas luchan por reclutar y retener empleados calificados, desarrollar una fuerza laboral competitiva y adaptarse a las complejidades de las regulaciones laborales.

De allí que, los paradigmas existentes que afectan el desarrollo laboral, el mejoramiento de habilidades, la retención de empleados y el ambiente laboral en general obstaculizan el crecimiento y la sostenibilidad de las las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPymes), ya que muchas veces no se tiene claro sobre qué línea avanzar en los modelos de gestión del talento humano, es por esto, que autores como Salamanca

y Ríos (2014) quien habló de la propuesta de modelo de gestión organizacional basado en el logro de objetivos, tiene como fundamento la ubicación de una serie de dimensiones, siendo éstas, la dimensión de desarrollo humano, la dimensión de condiciones laborales, y la dimensión de productividad. Estas dimensiones se entrelazan, permitiendo la identificación de factores clave de éxito organizacional.

En este sentido, MiPymes son un motor clave para la economía en Colombia, según Santamaría (2021) y su equipo económico de la Asociación Nacional de Instituciones Financiera (ANIF), las MiPymes representan más del 99% de las empresas del país, generan aproximadamente 79% del empleo y aportan 40% al PIB. Sin embargo, a menudo enfrentan desafíos para competir en el mercado, incluyendo limitaciones en recursos, falta de acceso a financiamiento, un mercado laboral volátil y poca permanencia en los cargos que, sumado a un entorno empresarial altamente competitivo, crea unos baches que requieren atención y merecen aportarle ideas desde la academia. En la ciudad de Bogotá el sector de servicios de ventas de autopartes, según el periódico Portafolio (2023) el sector de autopartes proyecta un crecimiento del 40% para el 2023, allí mismo se expresa que se están abriendo nuevos canales de ventas a través de tiendas de e-commerce.

En concordancia con el crecimiento esperado, las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) vinculadas a la venta de autopartes deben recurrir a la búsqueda de talento humano. Como lo expresó hace unos años para el portal elempleo.com, la directora ejecutiva de la Cámara de la Industria Automotriz en la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) “La alta demanda de recurso humano en la industria requiere de talentos capacitados que atiendan las necesidades de los consumidores”. Rico (2012), hoy no se avizora que se haya avanzado en la búsqueda de una mejor y más calificada mano de obra para el sector

De igual forma, la revista MOTOR ha dicho en su artículo Los nuevos oficios y el futuro del empleo en la industria automotriz, Otero (2024) que ahora se requiere personal experto en robótica, en diseños automatizados, programación, expertos analíticos, expertos en atención al cliente y trabajadores

expertos en estrategias para pensar y solucionar problemas.

En Colombia, se cuenta con un gremio organizado y pujante que lidera el sector de fabricantes de autopartes, como lo es la Asociación Colombiana de Fabricantes de Autopartes (ACOLFA). Además, están organizados y son muy visibles la Asociación del Sector Automotriz y sus Partes (ASOPARTES). La ACOLFA es un gremio constituido por empresas fabricantes de partes e insumos para vehículos automotores. Su objetivo es fortalecer el desarrollo de la industria automotriz en Colombia, generando mayor valor agregado en cada uno de los productos y procesos, a fin de lograr de manera permanente una mayor competitividad y hacer de esta una industria de clase mundial.

Por otro lado, Asociación del sector automotriz y sus partes. (ASOPARTES) es una asociación sin ánimo de lucro que representa y defiende los intereses sociales, comerciales y técnicos del sector automotor y sus partes, integrándolos de tal forma que se fortalezca el gremio día a día.

Es así como ASOPARTES en su informe del mes de marzo de 2023, en el tema del sector del talento humano y tomando como base los datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE, 2023), expreso:

El personal ocupado por el comercio minorista en marzo de 2023 aumentó 4,3% frente al mismo mes del año anterior, como resultado del aumento de 8,0% del personal permanente y de 1,7% del personal temporal contratado a través de empresas; de otro lado, se obtuvo una disminución de 4,6% en el personal temporal directo y de 2,7% de los aprendices. La variación porcentual del personal ocupado en la venta de partes, autopartes y accesorios para vehículos en los departamentos de Colombia muestra que en marzo de 2023 se registraron incrementos en Antioquia con 4,5%, Atlántico con 5,8%, Cundinamarca con 4,6%, seguido por Bogotá con un 4,6%, Santander con un 2,5% y Valle del Cauca con un 4,0% comparándolos con datos de marzo 2022. Variación porcentual del personal ocupado promedio en el comercio al por menor, según actividad comercial (CIU Rev. 4).

En el contexto actual, la gestión del talento humano se erige como un factor crucial para garantizar el éxito y la sostenibilidad de las MiPymes en Bogotá y Colombia. Una gestión

adecuada del personal no solo mejora el desempeño empresarial, sino que también fomenta la innovación y la creatividad, tal como lo plantean Granados (2022). Además, resulta esencial para retener el talento en un mercado laboral cada vez más competitivo.

Por ello, es fundamental considerar que, en el ámbito de las MiPymes, las estrategias de gestión del talento humano deben adaptarse a las limitaciones de recursos y a las regulaciones laborales específicas. Siguiendo a Chiavenato (2020), es necesario evaluar el impacto de estas estrategias en el desempeño empresarial, analizando factores como el desarrollo de habilidades, la motivación del personal y el clima laboral. Estas variables influyen directamente en el rendimiento y productividad de los empleados.

Por otro lado, Madrigal (2000) destaca la importancia de centrar las prácticas de gestión del talento humano en áreas como el reclutamiento, la selección, el desarrollo de habilidades, la motivación, la retención y la comunicación interna. Sin embargo, es igualmente relevante considerar factores como el ingenio, la inteligencia y la agudeza mental, que, aunque no siempre se cuantifican, contribuyen significativamente al éxito de las organizaciones.

Al respecto, Flórez et al (2021), examina cómo la adecuada gestión del talento humano puede influir en la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente y la capacidad de adaptación al entorno cambiante del mercado de autopartes. Al identificar y analizar los procesos de reclutamiento, selección, desarrollo y retención de empleados en las MiPymes de ventas de autopartes, el estudio contribuye a destacar la importancia estratégica de la gestión del talento humano como un factor clave para mejorar la competitividad y sostenibilidad de estas empresas en Bogotá, D.C.

Habría que decir también que, a pesar de la importancia de la gestión humana en las MiPymes, muchas de estas empresas enfrentan desafíos para implementar prácticas de gestión efectivas debido a las limitaciones de recursos, la falta de experiencia, conocimientos, y la complejidad de las regulaciones laborales. La gestión del Talento humano es definida por Chiavenato (2020) como la dirección de un grupo humano con conocimiento, habilidad, juicio, y actitud en base a un conjunto de políticas

aplicadas, que coadyuvan al desarrollo de una empresa o compañía, en estos aspectos quedan incluidos el reclutamiento, selección, capacitación, recompensas y evaluación de desempeño.

En este mismo orden, las MiPymes del sector de ventas de autopartes enfrentan diversos retos en la gestión de su capital humano. Pueden tener limitaciones de recursos para atraer y retener talento, carecer de sistemas formales de gestión del desempeño, enfrentar dificultades en el desarrollo de habilidades y competencias de sus empleados, y enfrentar barreras culturales o estructurales en la comunicación interna y el clima laboral.

En atención a lo anterior, Tolosa y Perilla (2024) realizaron un estudio con el objetivo de analizar las estrategias organizacionales para la gestión del talento humano y el desarrollo del liderazgo participativo; un líder debe tener habilidades y actitudes que contribuyan a valorar el desempeño de los empleados, mejorando su productividad, por ello, la teoría de los rasgos establece que se nace líder porque es algo innato y otra forma de expresar el liderazgo es indicando que la motivación incrementada produce un gran rendimiento; la metodología utilizada se basó, en una revisión bibliográfica sobre estrategias que sirven para el fortalecimiento del talento humano y contribuye con la estructura de la columna vertebral de las empresas, relacionadas con el interés, la necesidad y la motivación de cada trabajador para un mayor rendimiento.

En atención todo lo anterior, y en consideración a lo expresado por Vilallonga (2020) en su libro "Gestión del Talento y Desarrollo Organizativo", se hace un llamado a desarrollar el trabajo pero también a proteger la dignidad humana con el cambio de paradigmas y de nuevas estructuras del trabajo, ya que según este autor, la transformación digital que se está viviendo en la sociedad, profundizar en los pilares básicos de la dirección de personas y la gestión del talento, ayudará a construir un futuro que no sea solamente más eficiente, sino también más acorde con la dignidad de las personas.

Con los resultados de esta investigación, en su apartado de propuesta de estrategias se pretende facilitar la gestión humana en las MiPymes en Colombia, aprovechando las ventajas de la transformación digital que señala Hernández y Vergel (2017) para ofrecer un mejor desarrollo en

términos de eficiencia y eficacia. Para ello, este estudio tiene como objetivo diseñar estrategias para la gestión del talento humano que mejoren la competitividad del sector de venta de autopartes en la ciudad de Bogotá.

MÉTODO

Para la metodología del artículo se planteó un enfoque mixto, el cual permitió capturar y analizar el contexto particular en el que se desarrollan las MiPymes, así como la subjetividad de los actores involucrados.

De acuerdo con la empresa que accede a brindar la información, se aplicó los siguientes instrumentos: Encuestas (ver tabla 1) realizadas a propietarios, directores, gerentes y empleados clave de las MiPymes proporcionaron información directa y detallada sobre las estrategias de gestión humana implementadas en las empresas. Cuestionarios administrados a los empleados y gerentes de las MiPymes permitieron obtener datos cuantitativos sobre sus percepciones, prácticas y experiencias relacionadas con la gestión humana.

El análisis de las entrevistas incluye observación del comportamiento de la gestión del talento humano, profundizando en las opiniones y pensamientos de los microempresarios. El estudio no se enfocó en tecnologías específicas de gestión humana. Sin embargo, se consideró el uso de herramientas tecnológicas para el proceso de los datos recopilados, como lo sería atlas tic web, powerbi y Excel, con el fin mejorar la eficiencia y la eficacia de la gestión humana en las MiPymes. Se apoyó un estudio de 50 mipymes para analizar la gestión humana en las MiPymes del sector de ventas de autopartes en Bogotá DC. Para justificar la selección de 50 mipymes en un estudio sobre la gestión humana en las MiPymes del sector de ventas de autopartes en Bogotá DC, se consideró la siguiente métrica y cálculo:

En estudios exploratorios como este caso y contando que los recursos son limitados, el equipo investigador opto por un muestreo por conveniencia. En este caso, se selecciona un número razonable de casos que se considera representativo. La elección de 50 casos puede basarse en la disponibilidad de datos, recursos y tiempo. Se usa la fórmula del tamaño de la muestra con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. A partir de los

resultados obtenidos, se propondrán estrategias específicas de gestión humana.

De igual forma, se realizó una revisión de documentos internos de las MiPymes del sector de ventas de autopartes en Bogotá DC, como manuales de recursos humanos, políticas, registros de capacitación, evaluaciones de desempeño, entre otros.

Tabla 1. *Formato de encuesta*

Nombre de la empresa						
correo electrónico						
Colaboradores según el género	Hombres		mujeres			
¿Área que es responsable o pertenece?	a. Gerencia	b. Administrativa	c. Financiera	d. Talento Humano	e. Comercial	f. Otra/cuál:
Nombre del cargo						
Último nivel de formación	a. Bachiller	b. Técnico	c. Tecnológico	d. Profesional	e. Especialista	f. Magister
Meses de experiencia		Edad		Salario		

Indique como se aplican las siguientes afirmaciones en su empresa:

1: Total desacuerdo 2: Parcial desacuerdo 3: Parcial de acuerdo 4: Completamente de acuerdo

Para la presente investigación, se hizo con base en el estudio de casos, el cual implica una encuesta a 50 MiPymes, lo casos serán individualizados en cada MiPymes seleccionada, la investigación se realizara en un periodo fijo entre el 18 de julio de 2024 hasta el 25 de julio de 2024, es importante señalar que hemos escogido el Estudio de Casos ya que es un diseño que se ajusta a la investigación mixta, ya que estas tienen a profundizar en el estudio de contexto, realizar análisis de casos cruzados e identificar patrones para la generación de teoría.

La ubicación geográfica de la aplicación de instrumentos es en la ciudad de Bogotá D.C. en el sector de mayor venta al por menor de repuestos de automotores, y de amplio conocimiento por su popularidad en el sector de ventas de autopartes, y son el Barrio 7 de agosto y el Barrio Ricaurte – Sector la playa.

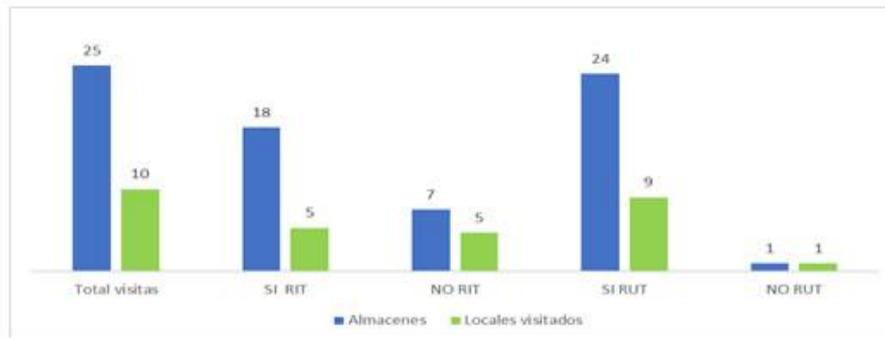
RESULTADOS

Para alcanzar el objetivo de estudio, se realizaron encuestas a administradores de los puntos de ventas y a empleados de 50 MiPymes del sector de venta de autopartes en Bogotá D.C. Sin embargo, solo 35 MiPymes respondieron, de estos 12 empleados eran administradores o directores de la empresa y 51 de los encuestados eran vendedores de mostrador o vendedores en la calle, en resumen, se logró aplicar el instrumento a un total de 63 personas adultas mayores de edad. Por tal razón recalculamos la fórmula para saber si aún sigue siendo representativa la muestra y, dado que solo se pudieron aplicar 35 encuestas, el tamaño de muestra real es mayor que el calculado (17.84 MiPymes). Esto significa que el tamaño de muestra de 35 MiPymes es suficiente para el nivel de precisión deseado.

Dentro del proceso de investigación, se logró comprobar mediante la aplicación del instrumento de investigación que la informalidad prevalece en los sectores investigados (ver figura 1), donde se realiza la mayor venta de autopartes al menudeo o ventas al por menor en la ciudad de Bogotá D.C. y que además están concentradas las MiPymes de ventas de autopartes. Este análisis nos proporciona

datos valiosos sobre el cumplimiento de las normativas de inscripción en el Registro de Información Tributaria (RIT) y el Registro Único Tributario (RUT), considerando que se visitaron tanto almacenes como locales.

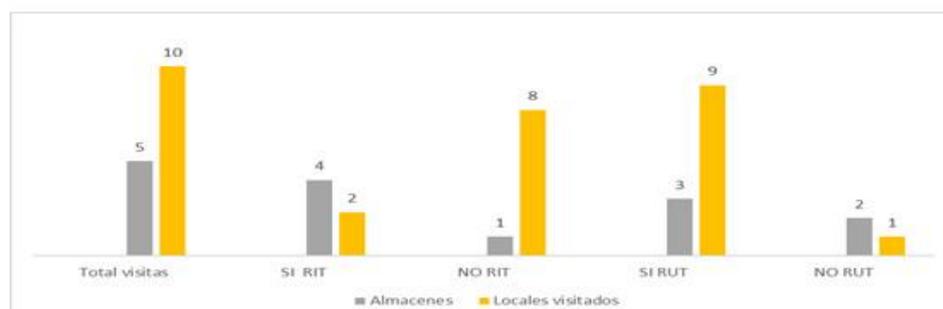
Figura 1. *MiPymes con RIT y RUT Barrio el siete de agosto en Bogotá D.C*



En la figura 1 se muestra que, de los 35 negocios donde se aplicó el instrumento, cuya distribución fue de 25 almacenes y 10 locales visitados, se observó que los almacenes presentan un mayor nivel de cumplimiento con el Registro de Información Tributaria (RIT), con un 80% de ellos inscritos, en comparación con solo el 20% de los locales visitados. Este hallazgo sugiere que los almacenes están más alineados con las regulaciones tributarias, posiblemente debido a una mayor formalización y estructura en sus operaciones.

En cuanto al Registro Único Tributario (RUT), los almacenes también muestran un desempeño superior, con un 60% de cumplimiento frente al 90% de los locales visitados. Este contraste indica que, aunque los almacenes tienen un mejor desempeño en términos de RIT, los locales visitados están más comprometidos con el cumplimiento del RUT. Esta diferencia podría deberse a la naturaleza de las actividades comerciales de cada tipo de establecimiento y a la percepción de la importancia de cada normativa.

Figura 2. *MiPymes con RIT y RUT Barrio el Ricaurte - sector la playa- Bogotá D.C*



Estos resultados subrayan la necesidad de implementar estrategias diferenciadas para mejorar el cumplimiento normativo en ambos tipos de establecimientos. Para los almacenes, es crucial fortalecer el cumplimiento del RUT, mientras que, para los locales visitados, se deben desarrollar iniciativas que promuevan la inscripción en el RIT. Además, la capacitación y educación de los propietarios y empleados sobre la importancia de estas normativas puede ser una herramienta efectiva para aumentar la formalidad en el sector.

Ahora bien, al aplicar el instrumento de investigación en el barrio Ricaurte (figura 2), específicamente en el sector La Playa, se enfrentaron desafíos adicionales debido a las condiciones sociales y de seguridad del área. La cercanía a zonas con altos índices de inseguridad complicó la implementación del instrumento. Sin embargo, a pesar de estas dificultades, se obtuvieron los siguientes resultados:

De acuerdo a la figura 2, tal y como se hizo en el barrio Siete de Agosto, la aplicación del instrumento de investigación en el sector del barrio Ricaurte ha revelado hallazgos similares sobre el cumplimiento de las normativas en la inscripción en la secretaria de hacienda distrital de Bogotá a través del RIT y a nivel nacional en la Dian con el RUT entre los almacenes y locales visitados.

En primer lugar, se observa que los almacenes presentan un mayor nivel de cumplimiento con el RIT, con un 80% de ellos cumpliendo con esta normativa, en comparación con solo el 20% de los locales visitados. Este dato, al igual que el arrojado en el barrio Siete de Agosto, sugiere que existe una tendencia normalizada en este tipo de MiPymes a incumplir en algunos casos con las regulaciones establecidas.

En cuanto al cumplimiento del RUT, los almacenes también muestran un desempeño superior, con un 60% de cumplimiento frente al 90% de los locales visitados. Este contraste indica que, aunque los almacenes tienen un mejor desempeño en términos de RIT, los locales visitados están más comprometidos con el cumplimiento del RUT. Esta diferencia podría deberse a la naturaleza de las actividades comerciales de cada tipo de establecimiento y a la percepción de la importancia de cada normativa.

De igual forma, para alcanzar el objetivo del estudio, se hizo entrega del instrumento de investigación (encuesta) a administradores de los puntos de ventas y a empleados de 50 MiPymes del sector de venta de autopartes en Bogotá D.C. Las MiPymes que atendieron y enviaron las encuestas fueron 35 de las 50 invitadas y visitadas, es decir 15 que se negaron a permitir aplicar el instrumento, luego de entregado para su análisis, de tal forma que aceptaron dar información sobre su estado en RIT y el RUT, pero no permiten aplicar el instrumento; de tal forma y considerando el margen de aplicación proporcionando es viable dejar en ese número final la muestra de la situación en el sector.

De las 35 MiPymes que nos atendieron y respondieron el instrumento, nos permitió lograr que 63 personas resolvieran la encuesta de los cuales 12 personas ocupan cargos de administradores o directores de la empresa y 51 de los encuestados eran vendedores de

En total, se encuestaron a 63 empleados, de los cuales el 19% eran administradores o directores de la MiPymes, mientras que el 81% eran vendedores de mostrador o vendedores en la calle. Este desglose es crucial para entender las dinámicas internas de las MiPymes y cómo se distribuyen las responsabilidades y roles dentro de estas organizaciones.

A continuación, se aplicó la siguiente encuesta (tabla 2) para conocer los aspectos de la organización y el puesto de trabajo:

Tabla 2. Resultado encuesta sobre aspectos de la organización y el puesto de trabajo

Pregunta	Total Desacuerdo	Parcial desacuerdo	Parcial de acuerdo	Completamente de acuerdo
1. La empresa cuenta con un manual de funciones actualizado acorde a las necesidades del entorno del negocio.	28	15	12	8
2. Los colaboradores de la empresa conocen el perfil de su cargo, posición dentro de la empresa, tareas y atribuciones.	25	22	9	7
3. El área de gestión humana fortalece la filosofía institucional apoyando en la interiorización de la misión y visión; siendo un gestor de implementación nuevos procesos de cambio.	17	13	28	5
4. La empresa plantea mecanismos para que los colaboradores propongan mejoras a los puestos de trabajo que a su vez sean implementadas.	31	16	7	9
5. La empresa cuenta con mecanismos para medir el clima organizacional, a su vez desarrolla estrategias.	37	11	9	6
6. El departamento de talento humano, imparte comunicación permanente con los colaboradores para el desarrollo de procesos en la empresa.	45	2	7	9

De acuerdo con la tabla 2, en primer lugar, la mayoría de las empresas no cuentan con un manual de funciones actualizado acorde a las necesidades del entorno del negocio. Esto se refleja en las respuestas de los colaboradores, donde el 44% está en total desacuerdo y el 23% en parcial desacuerdo, mientras que solo el 12% está completamente de acuerdo. Esta falta de claridad puede generar confusión y afectar la eficiencia operativa, el 21% no respondió esta pregunta.

Además, un número significativo de colaboradores no conoce el perfil de su cargo, su posición dentro de la empresa, ni sus tareas y atribuciones. Las respuestas indican que el 39% está en total desacuerdo y el 34% en parcial desacuerdo con esta afirmación. Esta falta de conocimiento puede llevar a una baja productividad y a una menor satisfacción laboral, ya que los empleados no tienen una comprensión clara de sus responsabilidades y expectativas, el 27% de no respondió esta pregunta, dejando en blanco el espacio correspondiente.

Por otro lado, el área de gestión humana parece desempeñar un papel más positivo en algunas empresas, fortaleciendo la filosofía institucional y apoyando la interiorización de la misión y visión. Aquí, el 44% de los colaboradores está en parcial acuerdo y el 8% en completo acuerdo. Sin embargo, aún hay un 27% en total desacuerdo y un 21% en parcial desacuerdo, lo que indica que hay margen de mejora en la implementación de nuevos procesos de cambio y en la comunicación de la misión y visión de la empresa.

La empresa también enfrenta desafíos en cuanto a la participación de los colaboradores en la mejora de los puestos de trabajo. La mayoría de los colaboradores no perciben que la empresa plantea mecanismos efectivos para proponer mejoras, con el 49% en total desacuerdo y el 25% en parcial desacuerdo. Solo el 11% está parcial acuerdo y el 14% en completo acuerdo, el 5% dejó en blanco el espacio o no dio respuesta alguna sobre la pregunta. Mejorar estos aspectos podría aumentar la motivación y el compromiso de los empleados, contribuyendo a un mejor clima organizacional y a una mayor eficiencia en las operaciones.

Finalmente, la comunicación permanente del departamento de talento humano con los colaboradores es insuficiente, con el 72% en total desacuerdo y el 3% en parcial desacuerdo. Solo el

11% está en parcial acuerdo y el 14% en completo acuerdo. La falta de comunicación efectiva puede llevar a malentendidos y a una menor cohesión dentro de la empresa. Abordar estos problemas de comunicación y organización es crucial para mejorar el ambiente laboral y la productividad en las mipymes del sector de ventas de autopartes en Bogotá D.C.

Impacto de la gestión del talento humano en la competitividad del sector de venta de autopartes en la ciudad de Bogotá D.C.

La correlación positiva y significativa entre el nivel de desarrollo de las prácticas de gestión del talento humano y los indicadores de competitividad en las MiPymes del sector de ventas de autopartes en Bogotá es evidente a partir de los datos y el contexto analizados.

La productividad, calidad y servicio son pilares fundamentales para establecer el impacto de la gestión del talento humano en la competitividad del sector de venta de autopartes en las MiPymes en Bogotá D.C. La productividad se refiere a la eficiencia con la que los empleados realizan sus tareas y contribuyen al logro de los objetivos empresariales. Una gestión efectiva del talento humano, que incluye capacitación continua y motivación adecuada, puede aumentar significativamente la productividad. Por ejemplo, empleados bien capacitados y motivados son más propensos a trabajar de manera eficiente, reducir errores y mejorar la producción. Esto no solo optimiza los recursos de la empresa, sino que también mejora la satisfacción del cliente al garantizar que los productos y servicios se entreguen de manera oportuna y con alta calidad.

Así las cosas, procederemos a mostrar los resultados de la aplicación de la encuesta (tabla 3) en los módulos de productividad, como un factor clave para lograr un mayor impacto en la gestión del talento humano.

Tabla 3. Resultado de la encuesta sobre productividad

Pregunta	Total, Desacuerdo	Parcial desacuerdo	Parcial de acuerdo	Completamente de acuerdo
1. Se implementan mejoras continuas en los procesos para aumentar la productividad.	6	3	10	44
2. La comunicación entre departamentos es efectiva contribuyendo a la productividad de la empresa.	15	11	22	15
3. Se utilizan tecnologías avanzadas para mejorar la productividad en el trabajo	28	15	12	8
4. Los empleados reciben retroalimentación regular sobre su desempeño.	5	7	19	32
5. Los proyectos se complementan con tareas dentro del tiempo acordado.	5	13	28	17
6. Los incentivos están alineados con los niveles de productividad.	32	10	15	6
7. Los empleados alcanzan regularmente los objetivos de productividad.	8	5	39	11
8. La empresa utiliza indicadores clave de desempeño para evaluar la productividad	3	2	3	55

En la tabla 3, se muestra el análisis de los resultados de la encuesta sobre la implementación de mejoras continuas en los procesos para aumentar la productividad muestra que 44 encuestados (70%) están completamente de acuerdo, 10 (15%) están parcialmente de acuerdo, 3 (5%) están en parcial desacuerdo y 6 (10%) están en total desacuerdo. Estos datos indican una percepción mayoritaria de que las empresas están comprometidas con la mejora continua de sus procesos, lo cual es un factor positivo para la productividad. La alta proporción de respuestas positivas sugiere que las MiPymes del sector de autopartes en Bogotá están adoptando prácticas de mejora continua, lo que puede contribuir significativamente a su competitividad.

En cuanto a la comunicación entre departamentos, 15 encuestados (24%) están en total desacuerdo, 11 (17%) en parcial desacuerdo, 22 (35%) en parcial acuerdo y 15 (24%) en completo acuerdo. Estos resultados muestran una distribución más equilibrada de opiniones, con una ligera mayoría de respuestas positivas (59% sumando parcial y completamente de acuerdo). Sin embargo, el 41% de respuestas negativas indica que aún hay margen para mejorar la comunicación interdepartamental, lo cual es crucial para la coordinación y eficiencia operativa en las empresas.

El uso de tecnologías avanzadas para mejorar la productividad en el trabajo presenta un panorama menos favorable. Un total de 28 encuestados (44%) están en total desacuerdo, 15 (24%) en parcial

desacuerdo, 12 (19%) en parcial acuerdo y solo 8 (13%) en completo acuerdo. La mayoría de las respuestas negativas (68%) sugiere que las MiPymes del sector de autopartes en Bogotá aún no están aprovechando plenamente las tecnologías avanzadas para mejorar la productividad. Este es un aspecto crítico que necesita ser abordado para mantenerse competitivos en un mercado cada vez más tecnológico.

La retroalimentación regular sobre el desempeño de los empleados es otro aspecto evaluado en la encuesta. De los encuestados, 32 (51%) están completamente de acuerdo, 19 (30%) en parcial acuerdo, 7 (11%) en parcial desacuerdo y 5 (8%) en total desacuerdo. La mayoría de las respuestas positivas (81%) indica que las empresas están proporcionando retroalimentación regular a sus empleados, lo cual es esencial para el desarrollo profesional y la mejora continua del desempeño. Este enfoque en la retroalimentación puede ayudar a identificar áreas de mejora y a motivar a los empleados, contribuyendo así a la productividad general de la empresa.

En relación con la finalización de proyectos dentro del tiempo acordado, 17 encuestados (27%) están completamente de acuerdo, 28 (44%) en parcial acuerdo, 13 (21%) en parcial desacuerdo y 5 (8%) en total desacuerdo. La mayoría de las respuestas positivas (71%) sugiere que las empresas están logrando completar sus proyectos a tiempo, aunque hay un 29% de respuestas negativas que indican la necesidad de mejorar la gestión del

tiempo y la planificación de proyectos. La capacidad de cumplir con los plazos es crucial para la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa.

Finalmente, la alineación de los incentivos con los niveles de productividad muestra resultados menos favorables. Un total de 32 encuestados (51%) están en total desacuerdo, 10 (16%) en parcial desacuerdo, 15 (24%) en parcial acuerdo y solo 6 (9%) en completo acuerdo. La mayoría de las respuestas negativas (67%) sugiere que los incentivos actuales no están alineados adecuadamente con la productividad, lo cual puede afectar la motivación y el desempeño de los empleados. Mejorar la alineación de los incentivos con la productividad es esencial para fomentar un entorno de trabajo motivador y competitivo.

En cuanto a los empleados alcanzando regularmente los objetivos de productividad, 39 encuestados (62%) están en parcial acuerdo, 11 (17%) en completo acuerdo, 8 (13%) en total desacuerdo y 5 (8%) en parcial desacuerdo. La mayoría de las respuestas positivas (79%) indica que los empleados están logrando sus objetivos de productividad, lo cual es un buen indicador del desempeño general de la empresa. Sin embargo, las respuestas negativas sugieren que hay áreas que aún necesitan atención para asegurar que todos los empleados puedan alcanzar sus objetivos de manera consistente.

Por último, el uso de indicadores clave de desempeño para evaluar la productividad muestra resultados muy positivos. Un total de 55 encuestados (87%) están completamente de acuerdo, 3 (5%) en parcial acuerdo, 2 (3%) en parcial desacuerdo y 3 (5%) en total desacuerdo. La abrumadora mayoría de respuestas positivas (92%) sugiere que las empresas están utilizando efectivamente indicadores clave de desempeño para evaluar y mejorar la productividad. Este enfoque basado en datos es crucial para la toma de decisiones informadas y la mejora continua en las MiPymes del sector de autopartes en Bogotá.

Estos aspectos son fundamentales para entender cómo la gestión del talento humano puede impactar la competitividad de estas empresas. Sin embargo, para obtener una visión completa de la competitividad, es crucial también considerar otros elementos esenciales como la calidad y el servicio.

Proponer estrategias para mejorar la gestión del talento humano en la competitividad de las empresas de venta de autopartes en la ciudad de Bogotá D.C.

Las MiPymes del sector de ventas de autopartes en Bogotá enfrentan desafíos específicos, como la alta informalidad en la contratación de empleados y vendedores, la falta de incentivos adecuados, la insuficiente capacitación continua y la necesidad de mejorar la comunicación interna. Abordar estos desafíos mediante estrategias bien diseñadas puede transformar significativamente la capacidad competitiva de estas empresas. A continuación, se presentan cinco estrategias que se proponen para mejorar la gestión del talento humano en las MiPymes del sector de ventas de autopartes en Bogotá D.C., basadas en los hallazgos de los objetivos anteriores y adaptadas a las condiciones específicas de la ciudad.

DISCUSIÓN

En esta investigación los resultados obtenidos corroboran la importancia de la gestión del talento humano en el cumplimiento normativo de los establecimientos comerciales, tal como lo plantea Chiavenato (2020). La falta de conocimiento sobre las normas y la ausencia de capacitación adecuada en materia tributaria pueden explicar en gran medida los bajos índices de cumplimiento observados, especialmente en los locales visitados. Sin embargo, es necesario destacar que las características propias de cada tipo de establecimiento, como su tamaño y sector de actividad, influyen en la forma en que se abordan estas temáticas. Para mejorar el cumplimiento normativo, se recomienda implementar programas de capacitación integral dirigidos a propietarios y empleados, así como simplificar los trámites administrativos y ofrecer incentivos fiscales.

De igual manera, los resultados obtenidos respaldan que la idea de la productividad, la calidad y el servicio son pilares fundamentales para la competitividad, al mejorar las competencias de los empleados a través de la capacitación y la motivación, las empresas pueden aumentar su eficiencia y ofrecer productos y servicios de mayor calidad, lo que se traduce en mayor satisfacción del cliente, estos hallazgos concuerdan con lo que propone Salamanca et al., (2014) en cuanto a la importancia de las dimensiones de desarrollo

humano, condiciones laborales y productividad para el éxito organizacional.

CONCLUSIONES

La caracterización de las prácticas actuales de gestión del talento humano en las MiPymes del sector de ventas de autopartes en Bogotá D.C. revela una serie de desafíos y oportunidades. En primer lugar, la alta informalidad en la contratación de empleados y vendedores es un problema significativo que afecta la estabilidad laboral y la motivación de los trabajadores. Además, la falta de programas de capacitación continua y la insuficiente implementación de tecnologías avanzadas limitan el desarrollo profesional y la eficiencia operativa. Sin embargo, también se identificaron prácticas positivas, como la existencia de algunos programas de formación y la disposición de los empleados a mejorar sus habilidades. Estas prácticas deben ser fortalecidas y ampliadas para mejorar la gestión del talento humano en el sector.

La gestión del talento humano tiene un impacto significativo en la competitividad del sector de venta de autopartes en Bogotá D.C. Una gestión ineficaz de los incentivos y beneficios ofrecidos a los empleados puede resultar en una desmotivación generalizada, afectando negativamente el rendimiento y la productividad.

Por otro lado, el cumplimiento de las normativas laborales es otro aspecto crucial que influye en la competitividad. La falta de cumplimiento en los pagos de prestaciones sociales no solo afecta la confianza de los empleados en sus empleadores, sino que también puede tener repercusiones legales para las empresas. Un compromiso firme con las obligaciones legales y una gestión transparente de las prestaciones sociales son fundamentales para construir una relación de confianza con los empleados y evitar sanciones que puedan afectar la operación de la empresa.

En cuanto a la propuesta de estrategias para mejorar la gestión del talento humano en la competitividad de las empresas de venta de autopartes en la ciudad de Bogotá D.C. La gestión del talento humano es un factor determinante para la competitividad de las empresas de venta de autopartes en Bogotá D.C. Las estrategias propuestas en este estudio abordan las áreas críticas identificadas en los objetivos anteriores, ofreciendo soluciones prácticas y adaptadas a las necesidades

específicas del sector.

En primer lugar, la implementación como estrategia fundamental de los programas de capacitación continua es esencial para mantener a los empleados actualizados y mejorar su productividad. La capacitación en temas de salud y seguridad, habilidades técnicas y servicio al cliente no solo eleva la calidad del servicio, sino que también fomenta un ambiente de trabajo más seguro y eficiente.

En segundo lugar, se debe tener como estrategia, el desarrollo de un sistema de incentivos basado en el desempeño es crucial para motivar a los empleados y alinear sus esfuerzos con los objetivos de la empresa. Un sistema de incentivos transparente y bien comunicado puede aumentar significativamente la motivación y el compromiso de los empleados, mejorando su rendimiento y contribuyendo a la retención de talento.

Además, fomentar la innovación a través de la participación activa de los empleados puede ser un motor de competitividad. Crear un programa de innovación que incentive la generación de ideas y su implementación puede transformar la capacidad de las empresas para adaptarse a los cambios del mercado y mejorar continuamente sus procesos y servicios.

Finalmente, es fundamental que las empresas cumplan con las normativas laborales y se comprometan con el bienestar de sus empleados. El cumplimiento de las obligaciones legales y la atención a las necesidades de calidad de vida de los empleados no solo mejoran la confianza y la satisfacción laboral, sino que también evitan posibles sanciones legales y fortalecen la reputación de la empresa.

Se debe mencionar también que, las estrategias propuestas para mejorar la gestión del talento humano en las empresas de venta de autopartes en Bogotá D.C. tienen el potencial de transformar significativamente su competitividad. Al abordar los desafíos identificados y promover un entorno de trabajo más motivador, innovador y legalmente cumplido, estas empresas pueden mejorar su rendimiento y asegurar su sostenibilidad en el mercado.

En resumidas cuentas, los investigadores pueden aseverar que, en base a esta investigación, la gestión del talento humano es un factor crítico para

la competitividad de las MiPymes del sector de ventas de autopartes en Bogotá D.C. La alta informalidad en la contratación, la falta de incentivos adecuados y la insuficiente capacitación continua son desafíos que deben ser abordados para mejorar la motivación y el desempeño de los empleados. La implementación de programas de capacitación continua, el desarrollo de un sistema de incentivos basado en el desempeño, el fomento de la innovación, la mejora de la comunicación interna y la adopción de tecnologías avanzadas y mejores prácticas del sector son estrategias clave que pueden transformar significativamente la capacidad competitiva de estas empresas. Al abordar estos desafíos y aprovechar estas oportunidades, las MiPymes del sector de ventas de autopartes en Bogotá pueden mejorar su competitividad y asegurar su éxito sostenible en un mercado dinámico y competitivo.

En este contexto, el artículo propuso estrategias para mejorar la gestión del talento humano y, en consecuencia, la competitividad de las empresas de venta de autopartes en Bogotá D.C. La investigación identifica áreas críticas y ofrece soluciones prácticas adaptadas a las necesidades específicas del sector.

Para llevar a cabo esta propuesta, se consideran surtir las siguientes etapas:

1. Diseño de Estrategias
2. Implementación de Estrategias
3. Monitoreo y Evaluación
4. Cumplimiento de Normativas Laborales
5. Conclusiones y Recomendaciones

Misión

Impulsar la competitividad de las empresas de autopartes en Bogotá D.C. mediante una gestión innovadora del talento humano, ofreciendo capacitación continua, incentivos claros y fomentando la innovación, cumpliendo con las normativas laborales y mejoramos la calidad de vida de nuestros empleados, asegurando un entorno de trabajo dinámico y adaptable.

Visión

Liderar del sector de autopartes en Bogotá D.C., reconocidos por nuestra gestión innovadora del talento humano. Buscando crear un entorno laboral donde la capacitación continua, los incentivos claros y la participación activa en la innovación,

impulsen el crecimiento y la competitividad de las empresas del sector, contribuyendo al desarrollo económico y social de la región.

Objetivos

1) Implementar programas de capacitación continua

Objetivo específico: Desarrollar e implementar programas de capacitación continua en temas de salud y seguridad, habilidades técnicas y servicio al cliente.

2) Desarrollar un sistema de incentivos basado en el desempeño

Objetivo específico: Crear un sistema de incentivos que recompense el desempeño y la innovación de los empleados.

3) Fomentar la innovación a través de la participación activa de los empleados

Objetivo específico: Establecer un programa de innovación que incentive la generación de ideas por parte de los empleados.

4) Cumplir con las normativas laborales y mejorar la calidad de vida de los empleados

Objetivo específico: Asegurar el cumplimiento de todas las normativas laborales y mejorar las condiciones de trabajo.

5) Mejorar la comunicación interna

Objetivo específico: Desarrollar canales de comunicación efectivos y frecuentes entre todos los niveles de la organización.

En conclusión, la propuesta no solo busca mejorar la competitividad de las empresas de autopartes en Bogotá D.C., sino también crear un entorno de trabajo más justo, eficiente y motivador, con beneficios tangibles en términos económicos, sociales, administrativos, operativos y ambientales. Estos aportes contribuirán al crecimiento sostenible y al éxito a largo plazo de las MiPymes el sector de venta de autopartes de la ciudad de Bogotá, D.C.; y en extensión al ámbito nacional.

REFERENCIAS

ANIF (2021). Gran encuesta Pyme Lectura nacional—Informe de resultados II Semestre 2020. Centro de estudios económicos. Consultado en: <https://www.anif.com.co/encuesta-mipyme-de-anif/gran-encuesta-pyme-nacional/>

- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, ANDI (2023). Boletín Vehículos Nuevos a diciembre de 2023. Consultado en: <https://www.andi.com.co/Home/Noticia/17597-andi-y-fenalco-en-2023-se-vendieron-186>
- Asociación del sector automotriz y sus partes (2023). *Estadísticas del sector autopartes*. <https://asopartes.com/estadisticas-del-sector/>
- Becker, B. E., y Huselid, M. A. (1998). High performance work systems and firm performance: A synthesis of research. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 16, 291-339. <https://bit.ly/489LeOS>
- Bergera, F. E. (2017). Gestión de los recursos humanos en empresas automotrices. bdigital.uncu.edu.ar, 7488. <https://bit.ly/48dzjzr>
- Chiavenato, I. (2020). *Gestión del talento humano: El nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones* (5.ª ed.). Mc Graw Hill. <https://es.scribd.com/document/593807478/Chiavenato-2020>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2023). Encuesta mensual de Comercio (EMC). Boletín técnico. Consultado en: <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMC/bol-EMC-jul2023.pdf>
- Flórez Castellanos, N.F., García Suárez, L.K., González López, J.S. (2021). “Nuevos canales de comercialización para la venta de repuestos de automóviles en el barrio 7 de Agosto”: Trabajo de Grado en pregrado. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Consultado en: <https://repositorio.unicolmayor.edu.co/handle/unicolmayor/3514>
- Granados, L. (2022). *La gestión del recurso humano como parte de las estrategias organizacionales* [Especialización en Alta Gerencia]. <http://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/41521>
- Hernández, F. y Vergel, R. (2017). Implementación plataforma virtual en talento humano a las Pymes de la empresa didáctica AGH SAS. *LOGINN Investigación Científica y Tecnológica*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.23850/25907441.1528>
- Informe Asopartes comercio interno julio 2023*. (s. f.). Recuperado 7 de noviembre de 2023, de https://www.procordoba.org/images_db/noticias_archivos/2415_sector_autopartes_colombia.pdf
- Madrigal, B. (2000). Teoría y realidad en la administración del talento humano en las pymes. *Mercados y Negocios: Revista de Investigación y Análisis*, 1 (enero-junio), p. 2-10.
- Otero, D. (2024). Los nuevos oficios y el futuro del empleo en la industria automotriz. *Motor Colombia*. <https://www.motor.com.co/industria/Los-nuevos-oficios-y-el-futuro-del-empleo-en-la-industria-automotriz-20240102-0002.html>
- Periódico Portafolio (2023) (13 de abril, 2023) Sector de autopartes proyecta un crecimiento del 40% para el 2023. <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/sector-de-autopartes-proyecta-un-crecimiento-del-40-para-el-2023-581354>
- Rico, M. J.. (2012) *¿Qué perfiles requiere el sector automotor y de transporte*. Entrevista concedida al portal de Noticias El empleo. Consultado en: <https://www.empleo.com/co/noticias/consejos-profesionales/que-perfiles-requiere-el-sector-automotor-y-de-transporte-4237>
- Salamanca, Y., y Ríos, D.. (2014). Modelo de gestión organizacional basado en el logro de objetivos. *Suma de Negocios*, 5(11), 70-77. [https://doi.org/10.1016/S2215-910X\(14\)70021-7](https://doi.org/10.1016/S2215-910X(14)70021-7)

- Santamaría, M. (2021, verano). *Retos y oportunidades de las Pymes—ANIF*. <https://www.anif.com.co/comentarios-economicos-del-dia/retos-y-oportunidades-de-las-pymes/>.
<https://www.anif.com.co/comentarios-economicos-del-dia/retos-y-oportunidades-de-las-pymes>
- Tolosa, C., y Perilla, D. (2024) *Estrategias Organizacionales Para la Gestión de Talento Humano y el Desarrollo del Liderazgo Participativo*. Fundación Universitaria del Área Andina Especialización en Alta Gerencia. Bogotá. Colombia
<https://digitk.areandina.edu.co/bitstreams/9cc9edfe-e325-41ea-a540-5158fa8b1735/download>
- Ulrich, D. (1997). *Human resource champions: The next agenda for adding value*. Harvard Business School Press.
<https://bit.ly/4h6ojYV>
- Vilallonga, M. (2020). *Gestión del talento y desarrollo organizativo*. Universidad de Navarra (EUNSA).
https://www.eunsa.es/libro/gestion-del-talento-y-desarrollo-organizativo_109499/
- Villadiego, L y Calics, L. (2022). *La gestión del talento humano: Elemento catalizador del éxito en las organizaciones actuales*. UMECIT.
<https://revistas.umecit.edu.pa/index.php/dialogos/issue/view/50>