

La calidad como factor clave para el éxito de la industria textil en Guanajuato

Zavala Castillo Darinka Beatriz (1), Ortega Hernández Alejandro (2)

1 [Licenciatura en Ingeniería en Gestión Empresarial, Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico de ciudad Madero] | Dirección de correo electrónico: [dari_zavala@hotmail.com]

2 [Departamento de estudios Multidisciplinarios, División de Ingenierías, Campus Irapuato –Salamanca, Universidad de Guanajuato] | Dirección de correo electrónico: [a.ortega@ugto.mx]

Resumen

De acuerdo a la importancia de la industria textil en Guanajuato se llevó a cabo esta investigación de carácter bibliográfico y cuantitativo con la finalidad de determinar cómo puede la calidad aumentar la competitividad en esta industria. De la misma forma se buscó identificar cuáles son los factores de los que depende la calidad en el sector textil así como el impacto que tienen en la satisfacción del cliente. Los resultados obtenidos demuestran que no se puede generar una mejora aplicando la calidad a solo una parte de la empresa, también se encontró que uno de los mayores intereses en la industria textil es implementar y mejorar la calidad en todas sus áreas con el objetivo de ser más competitivos y tener un mejor servicio para el cliente.

Abstract

According to the importance of the textile industry in Guanajuato it carried out this research of bibliographic and quantitative character in order to determine how quality can increase competitiveness in this industry. In the same way it sought out to identify what are the factors upon which the quality depends on in the textile sector as well as the impact on customer satisfaction. The results show that it cannot generate an improvement by applying quality only a part of the company, it was also found that one of the mayor interests in the textile industry is to implement and improve quality in all areas in order to be more competitive and have better service for the customer.

Palabras Clave

Satisfacción del cliente; Competitividad; Calidad.

INTRODUCCIÓN

Antecedentes de la calidad

Si bien el término de la calidad no ha existido como tal desde el origen de la humanidad se ha mostrado presente en cada época de la historia; desde los inicios teniendo ciertas referencias para la selección de material utilizado en la creación de armas de caza, hasta las características que un producto final debía de tener en la época industrial y, actualmente, se ve reflejada en la forma de cómo debe llevarse a cabo el proceso de producción o la prestación de un servicio. En todo este tiempo se han presentado momentos cruciales para la evolución de la calidad.

En los años veinte la calidad se medía al finalizar la producción, analizando la validez de los bienes o servicios realizados. “Posteriormente, las necesidades derivadas de una enorme producción en masa requerida por la segunda guerra mundial originaron la creación del control estadístico de calidad” [1].

“Desde la década de los ochenta hasta la actualidad, los trabajos desarrollados por autores como Deming, Juran o Ishikawa han posibilitado la creación de la nueva cultura” [2].

En cada momento de la historia el significado de la palabra calidad ha sido diferente y va cambiando de acuerdo a la sociedad, a las necesidades que la población presenta y la aparición de nueva competencia “A lo largo de la década de los ochenta, la situación en el mercado consistía en la venta de todo aquello que los productores fabricaban sin que los consumidores realizaran una labor de selección entre las distintas alternativas que se ofrecían” [3]. Pero poco a poco se creó una nueva filosofía (tabla 1) donde surgieron competidores ofertando productos sustitutos o productos similares a mejor calidad y mejor precio.

Con esta evolución los consumidores obtuvieron algo que no habían tenido, el poder de decisión y con ello los demás ofertantes tuvieron que adoptar también un modelo de mejora continua desde los procesos de selección de materia prima y producción hasta el trato con el cliente.

Hoy en día vemos una gran variedad de alternativas para satisfacer un deseo o una necesidad, el mercado consiste en que si alguien hace algo bien otro puede hacerlo mejor y a menor costo, es por ello que las empresas deben esforzarse aún más por posicionarse en la mente de los clientes.

Podemos decir entonces que la calidad actualmente representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente, o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios.

Evolución de la calidad

Como mencionamos anteriormente el término de calidad ha evolucionado con el paso de los años, conceptualizando un enfoque diferente e incluyendo nuevos elementos. “La calidad durante su desarrollo se ha fortalecido gracias a las aportaciones y los estudios realizados por importantes autores tales como Ishikawa, Deming, Juran, Crosby y Feigenbaum, entre otros pioneros visionarios no menos notables; ellos son quienes han conseguido con sus teorías, estudios, modelos y herramientas trascender en el tema de la calidad” [4].

Algunos autores mencionan que los conceptos de calidad pueden dividirse en dos grupos, “aquellos que son esencialmente operativos; calidad es cumplir con las especificaciones” [5] y el otro engloba aquellos que definen a la calidad como “el conjunto de cualidades de un producto o servicio que satisfacen las necesidades explícitas o no de los clientes” [6].

Sin embargo es claro que ambos conceptos son complementarios, para poder satisfacer las necesidades de los clientes se debe de cumplir con las especificaciones. Por lo tanto la calidad con la que se trabaje en el proceso de producción afectara la satisfacción del cliente.

Los autores Gutiérrez y de la Vara mencionan que tanto la competitividad como la satisfacción del cliente se determina por tres factores críticos de una empresa “la calidad en el producto, la calidad en el servicio y el precio” [7]. La calidad del producto viene en relación a lo que se menciona

en el párrafo anterior, detrás de un producto de calidad hay un proceso de producción óptimo y un personal capacitado, esto evita desperdicios, retrasos, aumento de costos y conflictos humanos. Aunado a esto viene el factor del precio, ya que al mantener un proceso sin una constante variabilidad, los costos de producción serán mínimos al igual que los precios al público.

Por su parte, la calidad del servicio va más allá de algo tangible como lo es el producto, se refiere al trato, la actitud y conducta que tienen los intermediarios de la empresa para con el cliente, la disponibilidad que muestran estos así también como la respuesta que tengan a un problema o a una situación. Si no hay calidad en estos tres aspectos no se logrará una satisfacción en el cliente.

“Cada día hay más organizaciones en la que se sabe que la calidad en todas las áreas y actividades influye de manera positiva en los tres factores” [8].

En México, a pesar de que la mayoría de los comercios son extensiones de cadenas internacionales se busca promover las pymes para aumentar la actividad económica dentro del país y de la misma forma generar mayores empleos.

Una de las actividades más antiguas ha sido precisamente la industria textil y sin duda es una de las que se mantiene a la vanguardia a nivel mundial. Sin embargo cada vez está más presente la importación de telas, prendas y otros productos textiles, así como boutiques y tiendas extranjeras que ofertan todo esto con una mayor calidad que los productos mexicanos, haciendo que esta industria se venga abajo.

Como finalidad de esta investigación es identificar cuáles son los factores que afectan la calidad de la industria textil en Guanajuato y entender la forma en como estos influyen en la satisfacción del cliente, de igual forma se pretende determinar si es posible que la calidad mejore a la industria haciéndola más competitiva.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para desarrollar la presente investigación, en primera instancia, se llevó a cabo una recopilación de fuentes literarias sobre antecedentes y

conceptos relevantes, de igual forma se recabo información de artículos de revistas en línea y sitios oficiales de organismos relacionados con el tema. Así mismo se recopiló información de la base de datos DENUE perteneciente al INEGI sobre la industria textil de Guanajuato especialmente de los municipios de Moroleón y Uriangato.

En esta primera parte el método a utilizar fue síntesis bibliográfica a través de la sistematización bibliográfica.

Posterior a esto se llevó a cabo una investigación cuantitativa con un muestreo probabilístico de la población a través de encuestas que se aplicaron a dueños y administradores de las empresas textiles más importantes de la zona Moroleón-Uriangato.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De acuerdo a la base de datos DENUE (Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas) están registradas 86,809 unidades económicas en todo el país que forman parte del ramo de la industria textil. De esas, 8,834 (10.2% respecto al total) se encuentran en Guanajuato de las cuales 576 pertenecen al municipio de Uriangato y 1,069 son pertenecientes al municipio de Moroleón, conformando 1,645 empresas en esa región.

Las empresas están clasificadas de acuerdo a la información contenida en la tabla 2.

Aunque la industria textil es la actividad principal en esta área, a partir de 1995 se ha venido dando un descenso en el número de empreas textiles debido al “creciente aumento de prendas y productos asiáticos que de forma ilegal ingresan al país, por lo que terminan vendiéndose afectando enormemente a este sector” [9], según Torres (2007).

Dos años atrás el problema ya se hacía presente. Rosales (2005) afirmaba que “expertos en la materia dan menos de 10 años de vida a la industria textil en Guanajuato debido no solo a la competencia ilegal asiática sino también por la falta de innovación en sus productos y reconversión tecnológica por parte de los productores locales” [10].

Es aquí donde vemos la importancia que tiene la calidad dentro de cualquier empresa, pero especialmente en la industria textil. Recordemos que calidad no solo es hacer las cosas bien sin tener errores en los diferentes sistemas y procesos de la empresa, o anticiparse a las necesidades del cliente y satisfacerlas, es el conjunto de calidad en todos los aspectos de una empresa con el objetivo de satisfacer al cliente.

En los resultados obtenidos en el trabajo de campo encontramos que el 33% de los encuestados han logrado su visión mientras que el 50% afirma estar en proceso de lograrla y solo el 17% ha superado su visión.

Esto nos llevó a preguntar qué tipo de estrategias han sido utilizadas en el logro de una alta rentabilidad. La respuesta con mayor porcentaje fue incrementar la calidad, seguida de respuesta de productos/servicios y capacidad de innovación hacia clientes, por nombrar solo las de mayor porcentaje.

También se les pregunto cuál había sido la estrategia clave para el crecimiento de su empresa en donde el 32% respondió incrementar la calidad seguido de un empate entre reducir estructura de costos e innovación de productos y servicios, ambos, con un porcentaje de 14%.

De acuerdo a lo anterior preguntamos en que basaban la ventaja competitiva de su negocio. El 22 % señaló calidad como respuesta, 15% producto y 14 % atención al cliente.

Con estos resultados podemos observar que tanto la calidad así como el producto que ofertan y el tener satisfecho al cliente son factores en los que la industria textil se mantiene a la vanguardia y hacen de ellos su prioridad.

CONCLUSIONES

El implementar la calidad en todas las áreas de la empresa, especialmente en el área de producción, hace que los procesos sean más eficientes disminuyendo los costos porque hay menos reprocesos, fallas y retrasos; de esta manera se utilizan mejor los materiales, máquinas y recursos humanos, mejora la productividad, se es más competitivo en calidad y precio y los clientes quedan satisfechos. La aplicación de sistemas de

calidad permitirá a la industria textil de Moroleón y Uriangato mejorar su competitividad y generar valor para la región.

REFERENCIAS

Libro:

[1] [2] [3] Álvarez, J., Álvarez, I., Bullón, J. (2006) Introducción a la calidad. Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad. Madrid: Ideaspropias Editorial.

[4] [5] [6] Marcelino, M., Ramírez, D. (2014) Administración de la calidad; Nuevas perspectivas. México: Grupo editorial Patria.

[7] [8] Gutiérrez, H., de la Vara, R. (2009) Control estadístico de calidad y seis sigma (2ª ed.) México: McGraw-Hill.

Artículos:

[9] Torres, S. (2007) Industria textil en crisis por piratería china. Fortuna negocios y finanza. 56(1). Recuperado de: http://revistafortuna.com.mx/opciones/archivo/2007/septiembre/html/industria_Textil_Pitareria_China.htm.

[10] Rosales, Y. (2005). Adiós a la industria textil. Contralínea. Recuperado de: <http://www.guanajuato.contralinea.com.mx/archivo/2005/julio/html/textil.htm>.

Tabla 1: Cambio de cultura sobre la calidad

Cambio de cultura	
Gestión tradicional	Gestión de la calidad
Organización centrada en sí misma	Organización orientada al cliente
Imponer su propio criterio	Adaptan su diseño a lo que espera el cliente
Centralizar las decisiones	Participación en la toma de decisiones
El centro es un sistema estable y optimizado	El centro es un sistema en adaptación permanente
El directivo es el gestor	El directivo es el gestor y el líder

Tabla 2: Empresas textiles

Actividad	No. Trabajadores	Moroleón					Uriangato					
		0-5	6-10	11-30	31-50	51-100	0-5	6-10	11-30	31-50	51-100	101-250
Acabado de productos textiles	12	3	-	-	-	12	-	-	-	-	-	
Confección de cortinas, blancos y similares	6	1	-	-	-	5	-	-	-	-	-	
Confección de otros accesorios y prendas de vestir no clasificadas en otra parte	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Confección de prendas de vestir sobre medida	34	-	1	-	-	10	1	2	-	-	-	
Confección en serie de camisas	3	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	
Confección en serie de disfraces y trajes típicos	1	2	-	-	-	-	-	1	-	-	-	
Confección en serie de otra ropa exterior de materiales textiles	643	51	15	1	1	341	24	12	1	-	1	
Confección en serie de ropa interior y de dormir	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	
Confección en serie de uniformes	46	6	2	-	-	54	5	-	-	-	-	
Conf. bordado, deshilado de productos textiles	83	5	1	-	-	44	2	1	-	-	-	
Fabricación de calzado con corte de tela	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Fabricación de hilos para cocer y bordar	2	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	
Fabricación de ropa exterior de tejido de punto	101	14	14	-	2	37	6	8	1	1	-	
Fabricación de telas anchas de tejido de trama	7	1	-	-	-	2	-	-	-	-	-	
Fabricación de telas angostas de tejido de trama	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Fabricación de telas de tejido de punto	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	
Preparación e hilado de fibras blandas naturales	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	