

Historial Editorial

Recepción: 12-12-2015

Aceptación: 23-09-2016

**Capital intelectual y resultados de innovación,
de mercado y financieros en tiendas de
comercio minorista de Sultepec,
Estado de México**

Patricia Mercado Salgado

Universidad Autónoma del Estado de México

pat_mersal@yhoo.com

David Alejandro Álvarez Hernández

Universidad Mexiquense del Bicentenario, Unidad de
Estudios Superiores Sultepec

Rosa María Nava Rogel

Universidad Autónoma del Estado de México

Capital intelectual y resultados de innovación, de mercado y financieros en tiendas de comercio minorista de Sultepec, Estado de México

Intellectual capital and innovation, market and financial results in retail stores of Sultepec, State of Mexico

Resumen

Problema: El sector comercial de Sultepec, Estado de México, vive falta de liquidez, ausencia de proyectos que atraigan inversión, además de cierto desinterés de los empresarios por enfrentar la competencia, lo que conlleva cierre de negocios antes de dos o tres años. **Objetivo:** Determinar la relación entre el capital intelectual y los resultados empresariales (de innovación, de mercado y financieros) en estas empresas comerciales. **Procedimiento:** En esta investigación cuantitativa se aplicó un cuestionario a los dueños de 38 negocios comerciales al menudeo para pronosticar la influencia del capital intelectual en los resultados empresariales. **Resultados:** Existe un nivel moderado de capital intelectual en las empresas comerciales de Sultepec, impactando más en los resultados de innovación, aunque en menor medida también en los de mercado y financieros. **Conclusiones:** Para que las empresas comerciales alcancen mejores resultados empresariales tendrán que invertir en el capital intelectual, aunque de manera inicial la tarea es que los dueños reconozcan la importancia que este intangible puede tener en su permanencia y crecimiento.

Palabras Clave: Capital Intelectual, resultados de innovación, resultados de mercado y resultados financieros, tiendas de comercio minorista.

Abstract

Problem: Retail stores in Sultepec experience lack of liquidity, lack of projects to attract investment and plenty of competition. A business could be closed before two or three years after it was opened. **Aim:** To identify relationships between intellectual capital and business performance (innovation, market and financial) in small convenience stores in Sultepec, State of Mexico. **Method:** Quantitative research applying a questionnaire to 38 business owners to measure the variables under study. **Results:** Retail stores had a moderate level of intellectual capital. Innovation results are more associated with intellectual capital than market and financial results. **Conclusions:** Small convenience stores could achieve better results if they invest in intellectual capital.



RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática.
Año 5. No. 13 (Mayo – Agosto, 2016). ISSN: 2007-5278. Págs.: 22 - 43

Keywords: intellectual capital, business performance, retail stores.

1. Introducción

México se caracteriza por tener una posición geográfica privilegiada que le da acceso al mercado más grande del mundo y por ser atractivo para la inversión extranjera directa. Tenemos empresas de clase mundial que compiten con productos y servicios de calidad, son capaces de desarrollar tecnologías, abanderan una ética de trabajo y están comprometidas y orgullosas de lo que hacen y de su país. En paralelo, los micro empresarios deben hacer frente a grandes inversionistas que poco a poco han mermado los negocios locales de todo el país, invasión que casi siempre aprovecha una mala gestión empresarial, lo que se refleja en el cierre de más de 80% de negocios en los primeros tres años de vida (Batres y García-Calderón, 2012).

Lo anterior es un ejemplo de los contrastes económicos y sociales a lo largo del territorio, pues coexisten regiones dinámicas donde las actividades productivas se desarrollan exitosamente, con regiones que presentan fuertes rezagos (Vergara, Mejía y Martínez, 2010). Específicamente, el Estado de México tiene una ubicación geográfica estratégica, un alto nivel de desarrollo logístico e infraestructura que en su conjunto resulta en un mercado potencial para empresas nacionales e internacionales. Su aportación al Producto Interno Bruto (PIB) es de 9.78%, con una participación de 19.02% en actividades comerciales dentro de su territorio (ProMéxico, 2012).

Sin embargo, las condiciones del estado no son iguales para los 125 municipios que lo componen. En Sultepec¹ prevalece la agricultura, la ganadería y la silvicultura; actividades que no generan una remuneración considerable a los habitantes, por lo que se apoyan también en el comercio, principalmente en el minorista pues requiere de poca inversión. A 2012 existían nueve comercios al por mayor y 143 al por menor. Según el Plan de Desarrollo Municipal 2013-2015 de Sultepec, entre 2003 y 2010 el PIB del municipio ha disminuido sistemáticamente, ya que es poca o casi nula la inversión en la creación de empresas y la productividad de las existentes está decreciendo o están

¹ Localizado a 76 km de Toluca de Lerdo, ciudad capital del Estado de México. Está catalogado como “Pueblo con Encanto del Bicentenario”, programa estatal de la Secretaría de Turismo para el mejoramiento de la imagen urbana, reconociendo a las localidades que han sabido preservar su autenticidad y carácter pintoresco, *PONIENDO EN VALOR SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y RIQUEZA CULTURAL (GEM, 2014)*.

siendo cerradas (Ayuntamiento de Sultepec, 2014). Entre las principales causas de este retraso está la lejanía de grandes centros de comercialización, consumo y abasto; la poca organización de los productores, aunado a la orografía accidentada y la migración de población económicamente activa que, en su conjunto, provocan una producción básicamente de autoconsumo y con bajos estándares de calidad, lo que retrasa el dinamismo de la actividad comercial (IGECEM, 2013).

Una alternativa para enfrentar escenarios como este es, según Román (2004), que las empresas comerciales le den importancia al desarrollo y potenciación de sus activos intangibles, específicamente el capital intelectual, el cual cambiará la manera de hacer negocios, puesto que contribuirá a que el mercado se haga más competitivo, lo que redundará en mejor calidad de productos y servicios y, por ende, mayor satisfacción del cliente. La productividad y motivación de los empleados, la innovación y proyectos de investigación y desarrollo, el valor de las marcas y la relación con los clientes, son ejemplos de intangibles que conforman el capital intelectual (Mercado y Cernas, 2012).

La gestión del capital intelectual representa una alternativa administrativa enfocada a resultados organizacionales que permite a los negocios competir localmente para sobrevivir en la globalización (Alama, 2008). Sin embargo, es poco lo que se ha explorado en cuanto a la relación entre capital intelectual y desempeño organizacional o resultados empresariales (Tseng, Lan, Lu y Chen, 2013).

Históricamente, en los estudios organizacionales la gran variable dependiente ha sido el grado en el cual las organizaciones logran sus objetivos (Jones, 2008). Este indicador ha tomado nombres como “efectividad organizacional”, “desempeño organizacional” y “resultados empresariales”, entre otros; refiere una ardua tarea que requiere del esfuerzo constante, la voluntad coordinada en todas las actividades de la empresa y la aplicación de técnicas a nivel individual y colectivo (Talbot, 2010).

De aquí nuestra pregunta de investigación: ¿de qué manera se asocia el capital intelectual con los resultados empresariales (de innovación, de mercado y financieros) en comercios del municipio de Sultepec, Estado de México?

El objetivo de este artículo es determinar la relación entre el capital intelectual y los resultados empresariales (de innovación, de mercado y financieros) en empresas comerciales de Sultepec,

Estado de México.

Para ampliar el conocimiento empírico sobre la relación entre estas dos variables dentro del giro comercial de una población sub urbana, la estructura de este artículo se desarrolla en cuatro apartados. El primero abarca las consideraciones teóricas, partiendo de la teoría de recursos y capacidades, para justificar la relación entre capital intelectual y resultados empresariales en tres aristas: innovación, de mercado y finanzas. En la segunda parte se presenta el método de trabajo y en la tercera los resultados para caracterizar al capital intelectual y al desempeño de estos negocios comerciales, así como su relación e influencia mutua. El documento cierra con las conclusiones y futuras investigaciones.

2. Revisión de la literatura

El sustento de esta investigación está en la teoría de recursos y capacidades, en el capital intelectual y en su relación con los resultados organizacionales.

Teoría de Recursos y Capacidades

Puesto que las empresas representan la unidad básica del sistema productivo, su éxito o fracaso influye en los resultados del sector e industria, afectando variables como el nivel de empleo, la tasa de crecimiento económico y el bienestar de las personas (Fong, 2005).

La teoría de recursos y capacidades ayuda a deducir por qué unas empresas tienen más éxito y rentabilidad sostenida que otras, aun estando en el mismo sector y territorio geográfico. Este enfoque se basa en la concepción de la empresa como un conjunto de recursos y sostiene la existencia de heterogeneidad entre las empresas por las diferencias en la cartera de recursos y capacidades o competencias básicas que poseen, así como por su posible valor como fuentes de ventajas competitivas sostenibles (Casablancas, 2011).

Esta teoría propone que las diferencias de desempeño entre empresas de la misma industria, resultan de combinaciones de recursos (valiosos, raros, insustituibles y difíciles de imitar) y de capacidades que la empresa tiene y controla, lo que le proporciona una ventaja competitiva sostenible (Barney, 1991). Los recursos y capacidades más importantes para la organización son los duraderos, difíciles de identificar, imperfectamente transferibles, no fáciles de replicar y sobre los cuales la organización posee claros derechos de propiedad y control (Grant, 1996).



RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática.
Año 5. No. 13 (Mayo – Agosto, 2016). ISSN: 2007-5278. Págs.: 22 - 43

Sin embargo, parece que ya no es suficiente lo anterior, por lo que Barney, Ketchen y Wright (2011) cuestionan si la teoría basada en los recursos está revitalizada o va en declive. Los primeros años del desarrollo de esta teoría estuvieron enfocados a establecer la relación entre la presencia de recursos y el desarrollo de ventaja competitiva sostenida. Posteriormente, los estudios se centran en la procedencia de los recursos. Wenerfelt (2011) considera los procesos mediante los cuales una empresa puede adquirir recursos y argumenta que su stock actual de recursos crea asimetrías en la competencia de nuevos recursos. Así, las empresas adquirirán diferentes recursos, y por lo tanto lo que inicialmente es una pequeña heterogeneidad se ampliará con el tiempo. Por su parte, Maritan y Peteraf (2011) se enfocan en la adquisición de recursos en mercados estratégicos y la acumulación de recursos internos. Al considerar ambos de manera conjunta, la empresa puede generar conocimiento y sentar las bases para el trabajo futuro.

En el mismo orden de ideas, Sirmon, Hitt, Ireland y Gilbert (2011) contribuyen a la revitalización de la teoría basada en recursos con el término “orquestración de recursos”, el cual está dirigido explícitamente al rol de las acciones de los gerentes, en cuanto a la eficiencia en la estructuración, integración y apalancamiento de los recursos de la empresa en tres áreas: amplitud (orquestración de recursos, específicamente experiencia y conocimiento, sobre el ámbito de la empresa), ciclo de vida (orquestración de recursos en pasos hacia la madurez de la empresa) y profundidad (orquestración de recursos a diversos niveles de la empresa).

Al trasladar esta postura al estudio del capital intelectual, podría suponerse que si este intangible se caracteriza por conformarse al interior, es evidente la necesidad de procesos a través de los cuales la empresa puede generar o adquirir más intangibles. En otras palabras, la acumulación de recursos de manera interna demanda la generación de procesos que lleven a cultivar los intangibles en general y específicamente el capital intelectual, sin perder de vista que la heterogeneidad frente a otras empresas será poca al corto plazo pero se incrementará en el futuro, lo que es coincidente con la postura de que el capital intelectual genera valor en el tiempo.

Con estas tres posturas (procesos para la adquisición de recursos, heterogeneidad en la posición de recursos y orquestración de recursos) la teoría basada en recursos se revitaliza, lo cual es doblemente importante para este estudio. En primer lugar, se empieza a reconocer que la heterogeneidad del contexto de las empresas influye en la naturaleza de los procesos, además de que no es usual comparar explícitamente los diferentes procesos para la adquisición de recursos y el desarrollo de capacidades, pues al parecer varían a través de los contextos (Barney, Ketchen y



Wright, 2011). En segundo lugar, se podría identificar la percepción de los dueños acerca de los negocios comerciales en cuanto a la relación entre los procesos para la conformación del capital intelectual y los resultados financieros, de mercado y de innovación. He aquí la importancia de identificar cómo los dueños de casas comerciales al menudeo perciben su capital intelectual y cómo se relaciona con su desempeño organizacional.

Resultados empresariales desde el enfoque de capital intelectual

Román (2004) insiste que en el mundo de los negocios debe reconocerse la importancia de gestionar el capital intelectual, ya que el desarrollo de marcas, relaciones con agentes diversos, reputación y cultura de las organizaciones son vistos como fuentes sustentables del desempeño organizacional. La habilidad para construir y obtener ventaja con el valor de estos intangibles constituye una competencia clave para las organizaciones. Sin embargo, todavía se requiere mayor evidencia empírica basada en mediciones que capturen los impactos financiero, organizacional y de procesos (Kannan y Aulbur, 2004; Tseng, et al, 2013) para justificar la inversión en capital intelectual.

Los métodos contables tradicionales, basados en activos tangibles e históricos, son inadecuados para valorar el capital intelectual como factor importante de una empresa y con influencia dominante sobre su desempeño (Brennan y Connell, 2000). Aunque los recursos tangibles e intangibles están fuertemente relacionados (Molodchik, Shakina y Bykova, 2012), las diferencias entre los dos enfoques son significativas: la medición del capital intelectual está orientada hacia el futuro mientras que la contabilidad financiera se soporta en el pasado. La medición del capital intelectual captura cualidades, mientras que lo financiero mide cantidades. La medición del capital intelectual se enfoca en la creación de valor, mientras lo financiero refleja los resultados de transacciones pasadas y el flujo de efectivo (Chen, Zhu y Xie, 2004).

Lo anterior puede ser un motivo por el cual todavía no se establece una definición generalmente aceptada de capital intelectual, aunque en lo existente hay concordancia y complementariedad al identificar a este intangible como recurso basado en el conocimiento que constituye gran parte del valor de los productos y servicios y que, por ser intangible, no aparece en los estados financieros pero sí impacta en la salud de las organizaciones (Drucker, 1992; Brooking, 1996; Sveiby, 1997; Bueno, 1998; Edvinson y Malone, 1999).

El capital intelectual conduce a la organización hacia un potencial de beneficios futuros, los cuales no pueden ser apropiados por otros y no son negociables ni transferibles al mercado (Sullivan, 2000; Lee, 2012). En consecuencia, una mejora en el capital intelectual significaría la potenciación de los resultados empresariales, aunque por ahora todavía es necesaria mayor evidencia empírica en contextos diversos (Tseng, et al, 2013).

Al igual que la definición, los modelos de capital intelectual (Kaplan & Norton, 1992; Saint Onge, 1996; Brooking, 1996; Sveiby, 1997; Edvinsson y Malone, 1999; Bontis, 1998; Bueno, 1998) se desarrollaron en las tres últimas décadas. Para indagar si el capital intelectual se vincula con los resultados empresariales, en esta investigación se presta especial atención a dos modelos: el Monitor de Activos Intangibles (Sveiby 1997) y el de la Universidad de Werstern Ontario (Bontis, 1998).

Sveiby (1997) crea el Monitor de Activos Intangibles (Intangible Assets Monitor) cuyo objetivo es guiar a los directivos de las empresas en la utilización y renovación de activos intangibles. Se integra de indicadores de crecimiento, de innovación, de eficiencia y de estabilidad, que facilitan la medición y gestión del capital intelectual, para lo cual se clasifica en tres categorías: (a) estructura interna: patentes, modelos y sistemas informáticos y administrativos; la organización informal, redes internas y la cultura; (b) estructura externa: relaciones con clientes y proveedores, marcas registradas y reputación; (c) competencias del personal: capacidad para actuar en varias situaciones; educación, experiencia, valores y habilidades sociales.

Por su parte, Bontis (1998) clasifica al capital intelectual en capital humano, capital estructural y capital relacional. Este modelo de la Universidad de Werstern Ontario mide la relación del capital intelectual con los resultados empresariales, pero no define indicadores claros para su medición (Cobo, 2006).

En años recientes ha habido un cambio de enfoque en cuanto a la medición del desempeño organizacional, pues de un solo criterio (el financiero) ha pasado a multi criterio, que incorpora las expectativas de diferentes agentes vinculados a la empresa, o sea, la empresa ya no sólo mide su desempeño mediante resultados financieros, sino también con impactos sociales y ambientales (Ezzi y Jarboui, 2016).

En este sentido, para Putman y Boys (2010) el enfoque basado en los recursos (resource-based

view) abarca la construcción social y el marco de los estudios organizacionales; es una alternativa para sostener que el desempeño organizacional es interacción social que funciona como sistema de auto referencia, representación, estructuración y creación de sentido. Las empresas como acciones coordinadas, proclaman sus propias reglas, estructuras y ambientes a través de procesos dinámicos que no siempre tienen claro ni el principio ni el fin, en donde el desempeño se refiere al proceso de la representación organizacional, más que a la productividad y resultados financieros. En esencia, la interacción social se convierte en el foco de desempeño y su trascendencia radica en los procesos internos.

Entonces, ya no es suficiente medir los resultados empresariales sólo a partir de estados financieros; deben tomarse en cuenta también medidas no financieras que sirvan para supervisar aspectos como la entrega a tiempo, las transacciones repetitivas, la rotación de empleados, la creación de nuevas patentes o productos y la formación de personal, entre otros, además de elaborar estrategias más completas que las diseñadas tomando en cuenta sólo información financiera (Román, 2004).

El desempeño organizacional, como medida de la capacidad de supervivencia, de rentabilidad y de creación de valor, requiere de la gestión de su capital intelectual (Jimenez y Sanz, 2006; Sastre, 2006). En este sentido, Sveiby (1997) afirma que la medición del capital intelectual tiene como finalidad informar a los stakeholders, negociar la venta o adquisición de un negocio o identificar su valor futuro, así como monitorear el desempeño organizacional.

Tarí & García (2013) distinguen tres tipos de resultados empresariales: de innovación (nuevos procesos o productos, incubación de proyectos y compromiso con el conocimiento); de mercado (satisfacción de clientes, eficiencia en la toma de decisiones, disminución de errores, aumento de la calidad y entrega a tiempo a los clientes) y financieros (nivel de ventas, cuotas de mercado y rentabilidad).

La innovación es la capacidad de generar e incorporar conocimientos para dar respuestas creativas a los problemas del presente; es factor clave para mejorar la competitividad de las empresas y favorecer el desarrollo sostenible en los territorios (Jardón y Martos, 2008). Delgado, Navas, Martín de Castro y López (2008) definen los resultados de innovación como aquel proceso mediante el cual, basándose fundamentalmente en el capital intelectual, se consigue crear una nueva idea que posteriormente será comercializada. Entonces, si el capital intelectual es una de las principales



fuentes de innovación para la empresa (Martín de Castro, Alama, Navas y López, 2009), la hipótesis es:

H1: Existe relación positiva entre el capital intelectual y los resultados de innovación en las empresas comerciales de Sultepec, Estado de México.

González y Rodenes (2008) realizaron estudios sobre la relación entre la orientación al mercado y los resultados empresariales, sin llegar a un consenso, debido a dos aspectos: el primero por la complejidad de la operacionalización de ambos conceptos (mercado y resultados empresariales); el segundo por el debate respecto al abordaje de la orientación al mercado, ya sea como conjunto de comportamientos o como parte de la cultura. Cualquiera que sea el camino, la orientación al mercado ha sido considerada como factor para mejorar los resultados empresariales. En otras palabras, aquellos que asumen al mercado como filosofía empresarial están indicando implícita y explícitamente que la satisfacción de las necesidades de los consumidores es una vía hacia la competitividad (Varela y Del Río, 2004).

De manera similar, Pucci, Simoni y Zanni (2015) parten de que la contribución de diferentes activos de mercado al desempeño de la organización, todavía está lejos de alcanzar una posición consolidada y exhaustiva, por lo que proponen un modelo para medir el efecto del uso y la interacción de los diferentes activos de marketing sobre el desempeño de la empresa, a través de su capital intelectual. Para ello proveen evidencia empírica de la industria italiana de ropa para niño. Específicamente midieron el capital intelectual y lo relacionaron con otras variables como marca, tiendas y gastos de publicidad. Los resultados obtenidos reflejan que: (a) hay una relación positiva directa entre capital intelectual y desempeño de la empresa; (b) la combinación e interacción de recursos de marketing afecta el valor del capital intelectual. Con esto se sostiene que el valor del capital intelectual puede ser usado como un indicador sintético para evaluar el impacto de algunos recursos específicos de marketing sobre el desempeño de la empresa.

H2: Existe relación positiva y significativa entre el capital intelectual y los resultados de mercado en las empresas comerciales de Sultepec, Estado de México.

Los resultados financieros aparecen en libros y estados contables de las empresas lucrativas; incluyen medidas de rendimiento financiero, como el retorno sobre la inversión (ROI), la rentabilidad económica o el valor añadido bruto sobre los gastos de personal; recurren a análisis

financieros mediante diversas técnicas, tales como análisis de tendencias, razones financieras, análisis Dupont, porcentos integrales, entre otros (Jiménez y Sanz, 2006).

Sin embargo, y como se ha venido señalando, ya no es suficiente conocer el desempeño organizacional exclusivamente desde un enfoque financiero; es necesaria una complementariedad con el valor que los intangibles generan a la empresa e identificar la relación entre ambos: el desempeño organizacional o resultados empresariales desde un enfoque financiero y el capital intelectual. Según Tseng, et al (2013), ante un efecto directo y consistente entre el capital intelectual y el desempeño financiero, es importante que las empresas presten atención al ambiente externo, a su contexto, pues con una crisis financiera se da un efecto indirecto del capital intelectual entre la estrategia de negocios y el desempeño financiero, es decir la estrategia de negocios es mediadora entre el capital intelectual y el desempeño financiero, resultado que puede servir como criterio decisorio.

H3: Existe relación positiva y significativa entre el capital intelectual y los resultados financieros en las empresas comerciales de Sultepec, Estado de México.

3. Metodología

Uno de los principales problemas en la gestión empresarial es la falta de información fiable (Johanson, Martensson y Koog, 2001) o la ausencia de confianza para compartirla con externos a la empresa. Paralelo a ello es el desconocimiento del valor del capital intelectual dada su naturaleza intangible. Esta investigación no está orientada a la obtención de datos cuantitativos (cifras de ventas, número de servicios/proyectos nuevos, o rentabilidad del último ejercicio contable), sino que busca conocer la apreciación sobre el capital intelectual y los resultados de la empresa (de innovación, de mercado y financieros) desde la auto percepción de los dueños de los negocios comerciales al menudeo en la cabecera municipal de Sultepec, Estado de México, por lo que fue necesario el contacto directo con los dueños para la aplicación de un cuestionario en sus propias instalaciones y durante las operaciones cotidianas de fines de semana (sábado y domingo). Esto dio lugar a algunas interrupciones que no afectaron la calidad de sus repuestas y cuando fue necesario, se ofrecía una explicación o ejemplificación para hacer más entendible alguna pregunta en particular.

Paralelo a lo anterior, el paradigma aceptado para el desarrollo de la medición y la comprobación



RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática.
Año 5. No. 13 (Mayo – Agosto, 2016). ISSN: 2007-5278. Págs.: 22 - 43

de teorías en los estudios organizacionales sostiene que (a) el dominio conceptual de un constructo debe estar bien definido y entendido antes de que la operacionalización se lleve a cabo y (b) las medidas usadas deben estar representadas por una muestra válida de indicadores del significado del constructo que mide (Katsikeas, Morgan, Leonidou y Hult, 2016). De aquí que para la obtención de datos primarios sobre capital intelectual y resultados empresariales (de innovación, de mercado y financieros), se optó por la aplicación de un cuestionario, el cual fue elaborado por Alama (2008) y está estructurado en tres bloques. El primero corresponde a los datos generales de la empresa (número de empleados, monto de ventas anuales y tiempo de vida del negocio). El segundo abarca el capital intelectual representado por tres categorías: capital humano (17 reactivos), capital estructural (21 reactivos) y capital relacional (10 reactivos). El tercero contiene los resultados empresariales en tres manifestaciones: de innovación (3 reactivos), de mercado (3 reactivos) y financieros (4 reactivos).

El cuestionario contiene un escalamiento tipo Likert, con cuatro posiciones: (1) totalmente en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) de acuerdo, y (4) totalmente de acuerdo. Puesto que los reactivos están redactados en sentido afirmativo, la interpretación de los resultados es que a mayor puntaje, mayor nivel de capital intelectual y mayores resultados de innovación, de mercado y financieros en la empresa.

La Tabla 1 muestra, en la intersección de cada variable, los coeficientes Alfa de Cronbach de los cuatro constructos. Puede observarse que todos fueron superiores a 0.7, mínimo requerido según Hair, Anderson, Tatham y Black (1999) para este tipo de estudios. Por lo tanto, la medición fue aceptable en cuanto a la confiabilidad.

El programa informático usado para la aplicación de las técnicas estadísticas de análisis fue SPSS 20.0 versión para Windows. En primer lugar se obtuvieron las frecuencias de las características de las empresas participantes en el estudio. Enseguida se consideraron los descriptivos (media y desviación estándar) del capital intelectual y de los resultados empresariales y que, según Zang y Shaw (2002), si bien esta información no hace referencia directa a las hipótesis, sí presenta un escenario general de los datos, lo cual es crítico para juzgar la credibilidad de los resultados. Posteriormente se calculó la relación bivariada (coeficiente de Spearman) (Tabla 1) y un análisis de regresión lineal múltiple (Tabla 2), con la finalidad de identificar cómo el capital intelectual incide en los resultados empresariales de micro negocios del sector comercial de Sultepec, Estado de México.

4. Resultados y Discusión

En esta investigación se logró una tasa de participación de 33.6% equivalente a 38 unidades económicas de categoría micro empresarial. De los 38 negocios con actividades comerciales que participaron en el estudio, casi todos (97.4%) tienen hasta 10 empleados con montos de ventas menores a 2.5 millones de pesos al año. Respecto al tiempo de vida, la tendencia está marcada en las que tienen más de tres años (47%), seguida de las que tienen entre uno y tres años (29%) y finalmente las que tienen menos de un año en el mercado (24%). En todos los casos el respondiente fue el dueño del negocio, quienes alcanzan niveles de secundaria y técnico o equivalente.

La Tabla 1 muestra los descriptivos (media y desviación estándar) y el coeficiente de correlación Spearman entre capital intelectual y resultados empresariales.

Tabla 1. Confiabilidad, descriptivos y coeficientes de correlación (n=38)

	Media	DE	Coeficientes de correlación entre constructos			
			Capital Intelectual	Resultados de innovación	Resultados de mercado	Resultados financieros
Capital Intelectual (48 reactivos)	2.45	.97	(.96)			
Resultados de innovación (3 reactivos)	2.41	.87	.719**	(.89)		
Resultados de mercado (3 reactivos)	2.24	.104	.553**	.618**	(.81)	
Resultados financieros (4 reactivos)	2.11	.65	.601**	.762**	.785**	(.93)

***.* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Los índices de confiabilidad aparecen entre paréntesis en la intersección de cada variable

Con los estadísticos descriptivos se refleja la percepción de un nivel moderado de capital intelectual en las empresas comerciales de Sultepec, siendo mejor en comparación con los resultados de innovación, de mercado y financieros.

Al igual que Román (2004), también Benavides (2012) indica que el capital intelectual produce un impacto positivo en los resultados empresariales y que es un factor generador de valor y ventajas competitivas. Lo obtenido en esta investigación permite inferir una puntuación media más alta en resultados de innovación, seguida de resultados de mercado y al final los resultados financieros. La desviación estándar revela que existe menos consenso en el aspecto financiero, es decir, a unos

negocios les va mejor que a otros, lo cual contribuye a confirmar el punto de partida de la teoría de recursos y capacidades, es decir, aunque las mismas empresas formen parte de un mismo sector y territorio geográfico, unas tienen más éxito y rentabilidad sostenida que otras (Casablanco, 2011).

Los resultados de innovación se midieron con tres indicadores: número de productos, satisfacción por eficiencia en proyectos de innovación y número de nuevas tecnologías. Para el primero, 51% de las comercializadoras no le dan importancia a este rubro, pero las que sí lo hacen, incluyen actividades de organización (manuales administrativos, procedimientos estandarizados y organigrama), financieras (financiamiento formal a bajo costo en banca de desarrollo) y comerciales (ofertas, descuentos y garantía posventa). Por otro lado, 60.5% de las empresas no le apuestan a la tecnología para enfrentar a la competencia. En esencia, estas empresas no están invirtiendo en innovación, asumiendo en consecuencia, que no mejorarán la posición competitiva mediante la incorporación de nuevas tecnologías o de conocimiento gestionado.

Para la obtención de resultados empresariales de mercado, es necesario adaptar sistemas (información, contabilidad y sistemas de recompensa) y realizar cambios en la administración de recursos humanos (habilidades, reclutamiento, capacitación y trayectoria de carrera) como soporte para la orientación al cliente (Martínez, 2004). En este sentido, 68.5% de los negocios tiene una actitud desfavorable hacia el incremento de rendimiento frente a la competencia (cuota de mercado). Por otro lado, la expansión a nuevos mercados tiene poca presencia y el crecimiento sostenido de las ventas también es otro reto a enfrentar.

Con el bloque de resultados financieros se recogieron apreciaciones cualitativas sobre la buena marcha de la empresa, en donde la solidez financiera respecto a los competidores tiende a ser débil. Aunque no es notoria ni la satisfacción de los dueños con la gestión de la empresa ni el cumplimiento de expectativas respecto a la inversión, no todos los comerciantes corren la misma suerte: a unos les va muy bien y otros apenas sobreviven.

Para contar con evidencia empírica de que en una economía del conocimiento los resultados empresariales son soportados por los intangibles (Jardón y Martos, 2008), a continuación se aborda lo obtenido sobre la correlación entre el capital intelectual como herramienta administrativa para el logro de resultados empresariales.

A partir de lo obtenido mediante datos primarios, el capital intelectual y los resultados empresariales (de innovación, de mercado y financieros) se relacionan y covarían de manera positiva y directa, pues los índices obtenidos mediante el coeficiente de correlación de Spearman son significativos y fuertes, siendo mayor con innovación, seguido por lo financieros y, por último, lo de mercado. Estos resultados afirman la relevancia que guardan las relaciones con el entorno en las empresas de giro comercial, particularmente con clientes y proveedores. Al respecto Alama (2008) señala que los resultados de mercado de las empresas reflejan el crecimiento del mercado al que sirven. También se confirma la importancia de los sistemas de información, los procedimientos de trabajo y ciertas rutinas organizativas para transformar el conocimiento tácito individual en conocimiento explícito que permite el buen funcionamiento de las comercializadoras. En esencia, mientras mayor capital intelectual tenga este tipo de empresas mayores serán sus resultados empresariales, desde la autopercepción de los dueños.

Todos los elementos del capital intelectual juegan un rol directo o indirecto no sólo en la reducción de costos de operación, sino también en la generación de la diversidad de productos y servicios al conocer las demandas del cliente. Por lo tanto, debe haber una relación positiva y estadísticamente significativa entre los elementos del capital intelectual y su desempeño, lo cual Chen, Zhu y Xie (2004) validaron mediante un sistema de índice cualitativo basado en el Navegador Skandia. La importancia de este modelo de medida de capital intelectual radica en su capacidad para proveer oportunamente la información necesaria a los dueños de empresas para que les permita modificar sus estrategias sobre la gestión del capital intelectual (Tseng, et al, 2013) de acuerdo a una situación específica, para obtener y hacer uso pleno del conocimiento y con ello lograr una excelencia al largo plazo (Ross, Ross, Dragonetti y Edvinson, 1997).

Para profundizar en la predicción del comportamiento de los resultados empresariales, también se calculó un análisis de regresión lineal simple, tomando como variable independiente al capital intelectual y como dependientes a los resultados de innovación, de mercado y financieros (Tabla 2).

Según estos resultados, el modelo de regresión se ajusta a los datos, dado que los coeficientes de regresión son significativamente distintos de cero (valores t); así también el estadístico F indica que efectivamente la regresión es significativa. Mediante los coeficientes estandarizados se pudo confirmar la importancia relativa del capital intelectual como predictor de los resultados empresariales dentro de la ecuación de regresión, en donde 74.7% de las variaciones de los



RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática.
Año 5. No. 13 (Mayo – Agosto, 2016). ISSN: 2007-5278. Págs.: 22 - 43

resultados de innovación es explicado por el capital intelectual, además de tener una influencia relativamente fuerte y positiva. Por otro lado, 69.0% de la variabilidad de los resultados financieros es atribuida a la variabilidad del capital intelectual, mientras que sólo 56.4% a los resultados de mercado.

Tabla 2. Resultados empíricos del análisis de regresión (n=38)

	Variable dependiente: Resultados empresariales auto percibidos								
	Resultados de innovación			Resultados de mercado			Resultados financieros		
	β estandarizado	<i>T</i>	<i>Sig</i>	β estandarizado	<i>t</i>	<i>Sig</i>	β estandarizado	<i>t</i>	<i>Sig</i>
Variable Independiente Capital Intelectual	.747	6.744	.000	.564	4.099	.000	.690	5.714	.000
F Significancia	45.477			16.806			32.655		
	.000			.000			.000		
Coefficiente de determinación (R^2)	.558			.318			.476		

Fuente: elaboración propia

Como puede verse, las comercializadoras de Sultepec deben darse a la tarea de reconocer tanto la presencia de su capital intelectual como las oportunidades de gestión de este intangible, debido a que el intercambio comercial se conforma con la reciprocidad de proveedores comprometidos y clientes satisfechos, para lo cual no es suficiente, como lo señala Alama (2008), la orientación hacia los resultados de mercado, sino que, según González-Loureiro y Figueroa (2012) también a los de innovación.

Westhuizen y Kok (2006) retoman la medición del impacto del capital intelectual en el desempeño de empresas comerciales al menudo en Sur África, con la finalidad de identificar la viabilidad de implementar una herramienta de gestión del capital intelectual y contribuir al crecimiento sostenido de estas empresas. Por lo escaso de la literatura disponible recurrieron a la teoría fundamentada como metodología de investigación para realizar el trabajo de campo; la información se recolectó mediante entrevistas semi estructuradas y aplicadas a dueños y personal involucrado en la creación o uso cotidiano del capital intelectual, llegando a la conclusión de que no se cuenta con mecanismos de gestión de capital intelectual a pesar de ser una alternativa para alcanzar la excelencia, es decir, resultados diferenciadores, sobresalientes o eficientes.

A partir de los resultados anteriores y al retomar que la gestión del capital intelectual representa



RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática.
Año 5. No. 13 (Mayo – Agosto, 2016). ISSN: 2007-5278. Págs.: 22 - 43

una alternativa para competir en mercados locales, puede afirmarse que para favorecer los resultados de innovación, de mercado y financieros en comercializadoras de Sultepec, es necesaria la identificación y la inversión en este intangible.

5. Conclusiones y recomendaciones

En este estudio se hipotetizó que el capital intelectual podría ser un recurso para la mejora de resultados empresariales en negocios comerciales de Sultepec y así lo confirmaron los resultados empíricos. Al reafirmar la relación entre capital intelectual y desempeño del negocio, se está generando un punto de partida para que las empresas formulen una estrategia a partir del capital intelectual, pues en el marco de las tendencias recientes de la teoría de recursos, los procesos, la experiencia y el conocimiento, acompañados de la atención a la estructura externa (clientes y proveedores), son fuentes de acumulación de recursos y capacidades.

Aunque se recalca la evidente relación positiva entre el capital intelectual y los resultados empresariales de innovación, de mercado y financieros en las empresas comerciales de Sultepec, Estado de México, con lo que más se asocia en su conjunto el capital intelectual es con los resultados de innovación. Por tanto, si las empresas comerciales de Sultepec desean alcanzar mejores resultados tendrían que invertir en su capital intelectual, fortaleciendo el contacto cercano con los clientes y la relación a largo plazo con los proveedores, quienes por ahora muestran poco interés en las relaciones comerciales.

En la práctica, el capital intelectual puede llegar a ser una potente herramienta que funja como medio para lograr, mantener e incrementar resultados óptimos en negocios comerciales de Sultepec, lugar con alto índice de marginación y pobreza, en donde la competencia empresarial aún no se ve reflejada como en otros entornos, por tanto, no se detecta interés ni por los comerciantes ni por las autoridades ni por la sociedad para mejorar la situación, al menos en el corto plazo. Entonces, cualquier acción que las empresas tomen para fortalecer su capital intelectual, y con ello sus resultados empresariales, requiere de seguimiento puntual a partir de la generación de indicadores de medición, control y evaluación.

Si bien para llegar a lo anterior, los dueños de las empresas participaron en contestar el cuestionario aplicado para la medición del capital intelectual y los resultados, debe tenerse en cuenta que el enfoque perceptual es limitativo puesto que se limita a niveles individuales de



análisis y no siempre representa el desempeño del negocio (Kannan y Aulbur, 2004). En otras palabras y en el contexto que nos ocupa, es un enfoque basado en el autoconcepto y podría llevar a la subjetividad en la medición del capital intelectual, o bien limitar la generalización, aunque no por ello dejan de ser aplicables los hallazgos, pues las percepciones de alto valor agregado se caracterizan porque dan lugar a aprendizaje acelerado, estructura para la innovación, reducción del riesgo, disminución de costos y vínculo entre procesos y resultados

Se propone para investigaciones futuras, un estudio comparativo para confirmar la relación entre capital intelectual y resultados empresariales en el sector comercio con alcance estatal en entornos rurales o semi-urbanos. También es necesaria más investigación, puesto que en este estudio el capital intelectual se tomó como variable unitaria y es recomendable desagregarla en capital humano, capital estructural y capital relacional. Finalmente, se requiere reforzar la calidad métrica del instrumento con que se midieron los resultados empresariales (de innovación, de mercado financieros), ya que llama la atención las altas correlaciones obtenidas entre las variables estudiadas.

6. Bibliografía

- Alama, E. M.(2008). *Capital intelectual y resultados empresariales en las empresas de servicios profesionales de España*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Ayuntamiento de Sultepec. (10 de febrero de 2014). *Enciclopedia de los municipios y delegaciones del Estado de México*. Obtenido de Sultepec: <http://e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/EMM15mexico/municipios>
- Ayuntamiento de Sultepec (2014). Plan de Desarrollo Municipal. (2013-2015) Recuperado de: <http://www.sultepec.gob.mx/eventos/Documentos/plandedesarrollo.pdf>
- Barney, J.B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*. 17(1), 99-120.
- Barney, J.B., Ketchen, D.J. y Wright, M. (2011). The future of Resource-Based Theory: revitalization or decline? *Journal of Management*. 37 (5), 1299-1315.
- Batres, R. y García-Calderón, L. (2012). *México: el despliegue hacia la reconstrucción económica*. México: LID Editorial.
- Benavides, L. E. (2012). Medición, valoración y determinación del impacto del capital intelectual en la generación de valor en la empresa. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño*. 13(1), 100-115.



RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática.
Año 5. No. 13 (Mayo – Agosto, 2016). ISSN: 2007-5278. Págs.: 22 - 43

- Bontis, N. (1998). Intellectual Capital: An exploratory study that develops measures and models. *Journal Management Decision*, 36(2), 63-76.
- Brennan, N. y Connell, B. (2000). Intellectual capital: current issues and policy implications. Ponencia presentada en el 23rd Annual Congress of the European Accounting Association. Munich, 29-31 de marzo.
- Brooking, A. (1996). *Intellectual Capital: Core Asset for the Third Millennium Enterprise*. London: International Thomson Business Press.
- Bueno, E. (1998). El capital intangible como clave estratégica en la competencia actual. *Boletín de Estudios Económicos* (164).
- Casablanco, M. (2011). *Recursos y capacidades, factores institucionales y resultados en las universidades catalanas. Una propuesta de marco conceptual y exploración de sus constructos*. Trabajo de investigación. Doctorado en creación, estrategia y gestión de empresas. Departamento de Economía de la Empresa. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Chen, J., Zhu, Z. y Xie, H.Y. (2004). Measuring intellectual capital: a new model and empirical study. *Journal of Intellectual Capital*. 5(1), 195-212.
- Cobo, A. (2006). *Modelo de capital intelectual de la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía. Indicadores de Capital Humano y Gestión de Conocimiento*. Tesis Doctoral. Universidad de Málaga, España.
- Delgado, M., Navas, J. E., Martín de Castro, G. y López, P. (2008). La innovación tecnológica desde el marco del capital intelectual. *Cuadernos de Trabajo de la Escuela Universitaria de Estadística*. (4), 1-38.
- Drucker, P. (1992). *Post-capitalist society*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Edvinsson, L. y Malone, M. (1999). *El Capital Intelectual*. Barcelona: Gestión 2000.
- Ezzi, F. y Jarboui, A. (2016). Does innovation strategy affect financial, social and environmental performance? *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*. (21), 14-24.
- Fong, C. (2005). *La Teoría de Recursos y Capacidades. Fundamentos microeconómicos*. México: Universidad de Guadalajara.
- Gobierno del Estado de México (GEM) (10 de febrero de 2014). *Pueblos Mágicos y con Encanto del Bicentenario*. Recuperado de: http://portal2.edomex.gob.mx/edomex/temas/turismo/pueblos_magicos/index.htm
- González, D. L. y Rodenes, M. (2008). La influencia del capital relacional, innovación tecnológica y orientación al mercado sobre los resultados empresariales en empresas de alta tecnología. Un modelo conceptual. *Pensamiento & Gestión* (25), 113-138.

- González-Loureiro, M. y Figueroa, P. (2012). Intellectual capital and system of innovation: what really matters at innovative SMEs, *Intangible Capital*, 8(2), 239-274.
- Grant, R. M. (1996). Toward a knowledge-Based Theory on the firm. *Strategic Management Journal*, 17, 109-122.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., y Black, W. C. (1999). *Análisis multivariante*. Madrid: Prentice Hall.
- IGECEM. (2013). *Estadística Básica Municipal - Sultepec*. Recuperado el 11 de febrero de 2014, de Instituto de Información e Investigación Geográfica, Estadística y Catastral: <http://igecem.edomex.gob.mx/recursos//PRODUCTOS/AGENDAESTADISTICABASICAMUNICIPAL>
- Jardón, C. M. y Martos, M. S. (2008). Capital intelectual y resultados empresariales en la cadena de la madera de Oberá (Argentina). *Estudios de Economía Aplicada*, 26(3), 141-164.
- Jiménez, D. y Sanz, R. (2006). Innovación, aprendizaje organizativo y resultados empresariales. Un estudio empírico. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa* (29), 31-55.
- Johanson, U., Martensson, M. y S. Koog, M. (2001). Measuring to understand intangible performance drivers. *The European Accounting Review*, 10(3), 407-437.
- Jones, G.R. (2008). *Teoría organizacional. Diseño y cambio en las organizaciones*. 5ª edición. México: Pearson Prentice Hall.
- Kannan, G. y Aulbur, W. (2004). Intellectual Capital. Measurement effectiveness. *Journal of Intellectual Capital*. 5(3), 389-413.
- Kaplan, R., y Norton, D. P. (1992). The Balanced Scorecard. Measures that drive performance. *Harvard Business Review*, 70 (1), 71-79.
- Katsikeas, C.S., Morgan, N.A., Leonidou, L.C. y Hult, G.T. (2016). Assessing Performance Outcomes in Marketing. *Journal of Marketing*. 80, 1-20.
- Lee, C. (2012). El capital intelectual y las redes de conocimiento. *Innotec Gestión*, (4), 22-29.
- Maritan, C. y Peteraf, M.A. (2011). Building a bridge between resource acquisition and resource accumulation. *Journal of Management*, (37), 1374-1389.
- Martín de Castro, G., Alama, E. M., Navas, J. E. y López, P. (2009). El papel del capital intelectual en la innovación tecnológica. Un aplicación a las empresas de servicios profesionales de España. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, (40), 83-110.
- Martínez, M. (2004). *Orientación al mercado. Un modelo desde la perspectiva de aprendizaje organizacional*. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.

- Mercado, P. y Cernas, D.A. (2012). *El capital intelectual en las organizaciones. Una agenda de investigación*. México: UAEMex
- Molodchik, M., Shakina, E. y Bykova, A. (2012). Intellectual capital transformation evaluating model. *Journal of Intellectual Capital*, 13(3), 444-461
- ProMéxico. (2012). *Estado de México*. Recuperado el 30 de enero de 2014, de http://mim.promexico.gob.mx/Documentos/PDF/mim/FE_EDO_MEX_vf.pdf
- Pucci, T., Simoni, Ch. y Zanni, L. (2015). Measuring the relationship between marketing assets, intellectual capital and firm performance. *Journal of Management & Governance*. 19(3), 589-616.
- Putman, L.L. y Boys, S. (2010). "Revisiting Metaphors of Organizational Communication". *The SAGE Handbook of Organization Studies*. Edited by S. Clegg, C. Hardy, T.B. Lawrence y W.R. Nord. 2nd edition. SAGE: Great Britain. 541-576.
- Román, N. J. (2004). Capital Intelectual, generador de éxito en las empresas. *Visión Gerencial*, 3(2), 67-79.
- Roos, J., Roos, G., Dragonetti, N. C. y Edvinsson, L. (1997). *Intellectual Capital: Navigating in the New Business Landscape*. London: McMillan.
- Saint Onge, H. (1996). Tacit knowledge: the key to the strategic alignment of intellectual capital. *Strategy and Leadership*, 24(2), 10-14.
- Sastre, F. (2006). *La empresa es su resultado: El beneficio editorial y la contabilidad del conocimiento*. Tesis doctoral de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Madrid: Universidad Pontificia Comillas de Madrid.
- Sirmon, D., Hitt, M.A., Ireland, R.D. y Gilbert, B.A. (2011). Resource orchestration to create competitive advantage: Breadth, depth, and life cycle effects. *Journal of Management*, (27), 777-802.
- Sullivan, P. (2000). Value-Driven Intellectual Capital: How to Convert Intangible Corporate Assets into Market Value. San Francisco, CA: John Wiley & Sons, Inc.
- Sveiby, K. (1997). *The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge-based Assets*. Nueva York: Berrett-Koehler.
- Talbot, C. 2010. *Theories of Performance: Organizational and Service Improvement in the Public Domain*. Oxford: Oxford University Press.
- Tarí, J. J. & García, M. (2013). ¿Puede la gestión del conocimiento influir en los resultados empresariales? *Cuadernos de Gestión*, 13(1), 151-176.

- Tseng, K., Lan, Y., Lu, H. y Chen, P. (2013). Mediation of strategy on intellectual capital and performance. *Management Decision*. 51(7), 1488-1509.
- Varela, J. A. y Del Río, M. (2007). Orientación al mercado, rendimiento empresarial y resultado exportador. *Mediterráneo Económico*, (11), 79-112.
- Vergara, R., Mejía, P. y Martínez, A. (2010). Crecimiento económico y convergencia regional en el Estado de México. *UAEMex*. Recuperado el 30 de enero de 2014, de <http://www.uaemex.mx/feconomia/002c.pdf>
- Wernerfelt, B. (2011). The use of resources in resource acquisition. *Journal of Management*, (37), 1369-1373.
- Westhuizen, C. y Kok, J.A. (2006). Intellectual capital management in a South African retail company. *South African Journal of information Management*. Vol. 8(4), disponible en [http:// http://www.sajim.co.za/index.php/SAJIM/issue/view/25](http://http://www.sajim.co.za/index.php/SAJIM/issue/view/25)
- Zang, Y. y Shaw, J. (2002). Crafig the methods and resuts. *Academy of Management Journal*. 55(1), 8-12.