

III Congreso Virtual Internacional Desarrollo Económico, Social y Empresarial en Iberoamérica
(Junio 2018)

**EFFECTOS DEL CAPITAL RELACIONAL EN EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL
DEL SECTOR COMERCIAL Y DE SERVICIOS**

Lic. Jorge Alberto Espinosa Mora

Coordinador del área de procesos técnicos de la Dirección de Bibliotecas en la Universidad Autónoma de Tamaulipas

jorge.espinosa.mora@gmail.com

Licenciado en Administración en la Universidad Autónoma de Tamaulipas

Cursando Maestría en Dirección Empresarial con énfasis en finanzas en la Universidad Autónoma de Tamaulipas

Dr. Adán Jacinto Flores Flores

Profesor investigador de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, Doctor en Ciencias Administrativas,
ajflores@docentes.uat.edu.mx

Dra. Maritza Álvarez Herrera

Profesora investigadora de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, Doctora en Ciencias de la Administración,
ahmaritza@docentes.uat.edu.mx

INTRODUCCIÓN

Actualmente, el tema del desempeño organizacional se ha vuelto un tema de mucha importancia para las organizaciones, ya que existe una constante disputa entre estas mismas por ofrecer un producto o servicio que las diferencie de su competencia directa e está dificultando cada vez más, especialmente por el desarrollo y adaptación de tecnologías y técnicas más avanzadas y a la vez más baratas para poder ofrecer este tipo de productos o servicios al cliente.

El desarrollo de organizaciones que están basadas en el conocimiento abre la puerta a la necesidad de crear, desarrollar, y analizar procesos para la creación de conocimiento de valor dentro de estas organizaciones (Pedraza, Lavín, Marmolejo, Vasconcelo & García, 2017).

Uno de los enfoques de este estudio es la variable del capital relacional, siendo uno de los principales activos intangibles, ya que este mide la relación constante entre los diferentes individuos; llámese empresa-cliente, empresa-proveedores, y empresa con su mismo personal, por mencionar algunos, señalando que una ausencia de estas relaciones, llevan a una enorme barrera para las relaciones interpersonales y, por consiguiente, una barrera que interpone a la empresa con el exterior (Chen, Huang & Davidson, 2017).

La falta de indicadores dentro de las organizaciones que permitan medir el impacto de los recursos intangibles hace que estas no tengan una noción clara de las aportaciones que este tipo de recursos provee en beneficio de estas.

En este entorno cada vez más competitivo para las empresas, el recurso intangible como lo es el capital intelectual toma un papel importantísimo en cuanto a ventajas competitivas se refiere. Por consiguiente, en esta investigación tiene como objetivo principal, estudiar en qué medida el capital relacional (es decir, las relaciones de la empresa con el entorno) principalmente con los agentes externos (proveedores) afecta o no el desempeño organizacional de una empresa.

ANTECEDENTES

En un escenario donde la globalización es un actor fundamental ante la constante rivalidad de las empresas que compiten por ofrecer cada vez mejores productos y servicios, surge la necesidad creciente de diseñar e implementar estrategias que les permitan sobresalir y obtener ventajas competitivas en este mercado global. El enfoque de la mejora continua y de tener ventajas competitivas sobre otras empresas del mismo giro, ha sido fundamental para que se busquen tácticas que permitan una mejor administración de los recursos y capacidades (Pedraza et al., 2017).

Últimamente, el objeto de atención por parte de la comunidad académica y el sector empresarial dentro de una empresa ha sido el capital intelectual dentro del área de recursos humanos, debido a que se ha valorado como un activo intangible importante dentro de cualquier organización, ya que provee sustentabilidad y un mejor desempeño en esta. Lo antes mencionado hace referencia a que las organizaciones que tienen dentro de su recurso humano

personal altamente capacitado, creativo y hábil, junto con un buen sistema organizacional y estructural, mantiene una buena y constante relación con el cliente, contribuye al alcance de metas y a tener una buena posición sobre la competencia (Chaal & Bakshi, 2016).

La teoría de la empresa basada en el conocimiento ha sido un parteaguas para darle la importancia del conocimiento como principal factor organizativo, considerando como principal responsable de la existencia, crecimiento, organización, desarrollo y éxito empresarial (Martín, Alma, Navas & López, 2009).

En este contexto socioeconómico, actualmente la mayor parte del alcance del éxito en una organización es el resultado de un constante esfuerzo que hace que la organización en la innovación tecnológica en todas las áreas dentro de esta.

Este esfuerzo lo hace posible todas o la mayoría de las áreas que conforman la organización, al igual que las relaciones que esta llegue a tener y mantener con sus clientes, aliados estratégicos y proveedores (Delgado-Verde, Martín-de-Castro, Navas-López & Cruz-González, 2011).

El capital relacional se representa según Chen, et al. (2017) por cualidades como la confianza mutua, el respeto y la reciprocidad, cualidades que principalmente se buscan en una relación entre dos organizaciones, haciendo énfasis a que las dos se comportarán de una manera íntegra y recíproca para establecer una buena relación, comprometiéndose a cumplir los objetivos y metas planeadas dentro de esta relación.

EL CAPITAL INTELLECTUAL Y EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL: ANTECEDENTES

En un escenario donde la globalización es un factor fundamental ante la rivalidad de las organizaciones que compiten por ofrecer cada vez mejores productos y servicios, surge la necesidad creciente de diseñar e implementar estrategias que les permitan sobresalir y obtener ventajas competitivas, este enfoque ha sido fundamental para que se busquen tácticas que permitan una administración de los recursos y capacidades efectiva (Pedraza et al., 2017).

El capital intelectual dentro del recurso humano de la empresa últimamente ha sido objeto de atención por parte de la comunidad académica y el sector empresarial, dado a que se ha valuado como un activo importante dentro de cualquier organización, ya que provee sustentabilidad y un mejor desempeño en esta.

Lo anterior hace referencia a que las organizaciones que tienen dentro de su recurso humano, personal experta, creativa y hábil, junto con un buen sistema organizacional y estructural, y además mantiene una relación buena y constante con el cliente, contribuye a alcanzar metas y a tener una buena posición organizacional frente a la competencia (Chaal & Bakshi, 2016).

La teoría de la empresa basada en el conocimiento ha dado pie a la importancia del conocimiento como factor organizativo esencial, llegando a considerarse como principal responsable de la existencia, crecimiento, organización, desarrollo y éxito empresarial (Martín, Alama, Navas & López, 2009).

En este argumento socioeconómico, actualmente el alcance del éxito de una organización es fruto del esfuerzo constante que hace la organización en el área de la innovación tecnológica. Este esfuerzo lo hace posible todas, o la mayoría de las piezas que conforman la organización, al igual que las relaciones que esta llegue a mantener con sus clientes, aliados y proveedores (Delgado-Verde, Martín-de-Castro, Navas-López & Cruz-González, 2011).

El capital relacional está representado por las siguientes cualidades; como una confianza mutua, respeto y reciprocidad, cualidades que se buscan principalmente en una relación entre dos entidades, refiriéndose a que entre las dos partes se comportan de una manera íntegra y habilidosa para mantener una buena relación, comprometiéndose a cumplir los objetivos y metas planteadas dentro de esta misma relación (Chen, et al., 2017)

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las alianzas en la actualidad son consideradas como un componente principal dentro del tema de innovación, debido a la necesidad de las organizaciones por intercambiar sus conocimientos y fuentes valiosas de este, compartir sus costos y riesgos entre sus proveedores y clientes directos. Esta relación se puede definir como un “acuerdo de cooperación” entre las empresas que se involucrarán en el intercambio de información y desarrollo entre ellas; incluyendo aportaciones de capital, tecnología y otros activos valiosos para ellas (Vlaisavljevic, Cabello-Medina, Pérez-Luño, 2016).

El desempeño organizacional tanto como el capital relacional son temas recientes que cuentan con una creciente variedad de investigaciones dado cada vez más el interés de las empresas por medir el tipo de capital intangible y sus variables identificadas por diferentes autores, pero aún no existen una cantidad de investigaciones suficiente que concretamente junten y comparen estas variables para ser medidas y poder sacar conclusiones concretas si es que tienen una correlación directa, tal como es el caso de esta investigación.

La innovación dentro de una organización se ha convertido en uno de los factores principales para el desarrollo de ventajas competitivas dentro de los países. En cuanto a competitividad y desempeño organizacional en América Latina, México, uno de los integrantes de la Alianza del Pacífico junto con Chile, Colombia y Perú, tiene un caso especial debido a los altos índices de corrupción e inseguridad que afectan directamente a las instituciones públicas como al sector privado, dando pasos reducidos hacia el crecimiento económico, innovación y competitividad. Como propuestas de mejora, el Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés), propone algunas soluciones para combatir la situación actual que permita un desarrollo económico; como la colaboración de universidad-sector privado en cuanto a investigación y desarrollo de la innovación, la inversión de organizaciones para la creación e innovación de actividades económicas de valor agregado (WEF, 2016).

Por más claras que estas propuestas sean, hay diferentes factores dependiendo del país, zona o región que afectan de manera particular a las organizaciones. Según Kaminski, de Olivera y López (2008), una de las problemáticas más notables que tienen las PYMES en países en vías

de desarrollo es que sus relaciones con agentes externos a su organización como empresas de su mismo giro, son escasas y no trabajan de una manera “conjunta” en la que puedan impulsar la innovación de sus productos o servicios. Dado esto, Salman (2004) señala que el proceso de innovación es complejo si no existe una complicidad entre las mismas organizaciones

JUSTIFICACIÓN

El desempeño organizacional como concepto para análisis de los administradores, recientemente ha alcanzado un gran interés tanto en el ámbito local como en el internacional, ya que el propósito de estos indicadores es analizar el progreso de la economía de los países como de las organizaciones, con la finalidad de poder hacer una comparación tanto a nivel microeconómico como macroeconómico.

Lo anterior, da un resultado positivo para los consumidores y la sociedad en general, ya que ha proporcionado diversas mejoras su nivel de vida, reconociendo el nivel de competitividad de los países afecta.

Con la presente investigación, se busca encontrar información y generar conocimiento clave y relevante sobre la relación del capital relacional y sus principales variables, con el desempeño de las organizaciones del sector servicios de la región sur del estado de Tamaulipas, a fin de contribuir a que estas empresas del sector se beneficien y puedan obtener ventajas competitivas sobre otras empresas mediante información primordial para unificar los beneficios de administrar estratégicamente sus activos intangibles (relaciones con agentes externos, capital humano).

Este trabajo de investigación aporta el conocimiento sobre el capital relacional y sus variables, además del desempeño organizacional en el sector comercial en Tamaulipas. Las conclusiones no solamente aportan más conocimiento sobre el tema, sino que puede ser un parteaguas para diseñar estrategias empresariales en la administración del capital intelectual en las organizaciones.

De acuerdo al INEGI, Tamaulipas cuenta con 128,700 establecimientos formales, que forman parte de la actividad económica del país, en las cuales, las empresas comerciales, los ingresos por suministro de bienes y servicios se incrementaron 0.3% dando en Tamaulipas un total de \$549,740,877.00 (miles de pesos) en empresas y establecimientos, y en cuestión del comercio, se tuvo una producción bruta total de \$33,630,770.00 (miles de pesos) y en ingresos por suministros \$169,325,108 (miles de pesos), de acuerdo los datos obtenidos al 2008.

ALCANCE Y LIMITACIONES

El presente trabajo de investigación es de enfoque cuantitativo, con alcance metodológico causal, ya que lo que se intenta identificar es la relación entre el desempeño organizacional y el capital relacional a través de datos medibles. Será una investigación de lapso transversal, ya que los datos se obtendrán de fuente primaria en un solo periodo de tiempo.

El alcance de esta investigación será en las empresas del sector comercio en México, que se categorizan según el tamaño de la empresa, tomando en cuenta el número de empleados.

La delimitación del territorio estará centrada en el sur del estado, específicamente en las

ciudades de Tampico, Madero y Altamira. El contacto directo y presencial con las empresas, aparte del contacto vía correo electrónico, serán unas de las estrategias a implementar para establecer comunicación con el personal gerencial o dueños de las organizaciones, esperando contar con un alto porcentaje de respuesta de colaboración por parte de estas personas. Este trabajo presenta las siguientes limitaciones de manera directa e indirecta debido a la naturaleza del estudio, esto da pie a que en investigaciones futuras se puedan reducir o puedan cambiar este tipo de limitaciones:

MARCO TEÓRICO

EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL

Concepto e importancia

Recientemente, el desempeño organizacional como concepto para análisis de los administradores, ha alcanzado un alto grado de interés en la escala local como en la internacional ya que lo que estos analizan es el progreso de la economía de los países como de las organizaciones, para poder hacer una comparación tanto a nivel micro como macroeconómico. Esto da un resultado positivo hacia los consumidores y la sociedad en general, ya que ha proporcionado mejoras al nivel de vida de estos, reconociendo que el nivel de competitividad de los países afecta directamente a las empresas altamente productivas, que adaptan y aprovechan las ventajas competitivas de los países por medio de sus organismos gubernamentales, políticas, cultura e infraestructura (Ibarra, González & Demuner, 2017).

El concepto de desempeño organizacional en el sector empresarial, de acuerdo con diversos autores, no posee un concepto específico o estandarizado que logre englobar las mismas variables, ya que es un concepto aplicable en distintas circunstancias, contando con un significado muy amplio, este concepto abarca desde lo más pequeño que puede ser a nivel persona, grupo, organización, sector, país, hasta el nivel macroeconómico.

La competitividad según Pedraza, et al. (2017), parte de la ventaja competitiva de una empresa a comparación de otras del mismo giro, proviene de sus métodos de producción y organización, afectando positivamente el precio y calidad del producto final, haciendo una diferencia notable y sobresaliendo entre sus rivales dentro del mercado.

Según Venkatraman & Ramajuman (1986), el desempeño organizacional y su conceptualización básica se agrupan en el uso de indicadores que miden el cumplimiento y desarrollo de los objetivos de la empresa, categorizándose en tres dimensiones, donde la de más importancia es el desempeño de la organización como un solo organismo. Siendo el desempeño la base de la elaboración de estrategias empresariales.

“El desempeño presenta diferentes significados para las personas. Desde un punto de vista de proceso; el desempeño significa transformación de entradas en salidas para lograr ciertos

resultados. Desde un punto de vista económico, el desempeño es la relación entre el costo efectivo y el precio cobrado en donde el resultado es una ganancia” (Vasconcelo, 2017).

El modelo económico del desempeño organizacional nos provee de una extensa gama de factores que incluyen las características del mercado, calidad de los recursos de la empresa y la posición de la organización respecto a los consumidores. Del mismo modo, el desempeño organizacional se agrupa en los factores de la entidad económica como el capital humano, clima organizacional, la cultura y el liderazgo (Chein, 2004; Jared et al., 2010).

Según Allen et al. (2008), existe una disputa sobre los indicadores objetivos o subjetivos y su uso en la medición del desempeño, donde los objetivos de medición tienden a ser más concretos, pero resultan limitantes cuando se consideran datos financieros, mientras que las medidas objetivas tienden a ser más concretas, pero frecuentemente se le observa un alcance limitado a la información financiera. Así mismo, destaca que estos indicadores limitan la amplitud y alcance de las organizaciones que se pueden incluir en un estudio, ya que para realizar medidas objetivas con comparaciones válidas se necesita de un solo tipo de industria. Los indicadores no financieros (o medidas subjetivas) tienen la facilidad de ser utilizadas a partir de las necesidades del investigador (Aydogan, 2011).

El desempeño organizacional se categoriza en distintos factores, según la investigación de McGivern & Tvorik (1997). Estos autores alinean los factores de desempeño organizacional y la generación de ventajas competitivas para hacer la revisión de estos.



Fuente: Elaboración a partir de McGivern & Tvorik (1997).

DIMENSIONES DEL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL

Para la presente investigación es importante establecer el concepto de desempeño organizacional, por lo cual se han generado tres dimensiones que son comprobadas de manera teórica y empírica que son; el desempeño financiero, desempeño de mercado y el desempeño operativo como variables dependientes de esta investigación.

DESEMPEÑO FINANCIERO

La evaluación del desempeño financiero ha hecho del entorno un ambiente más competitivo. Esto como resultado de la necesidad de sobrevivir a los cambios cada vez más rápidos en los mercados, por lo que es básico controlar y mantener estable la estructura financiera de las organizaciones. De igual manera el análisis financiero es una herramienta esencial para conocer el nivel de efectividad en la práctica de implementación de políticas financieras (Kazan, Ertok y Ciftci, 2015).

“El análisis financiero se define como la relación entre las cuentas financieras y el desarrollo de las mismas a través del tiempo para determinar la independencia financiera”(Vasconcelo, 2017).

DESEMPEÑO DE MERCADO

Kandemir et al., (2006), tienen un concepto del desempeño de mercado que sería; el comportamiento del mercado en medida en que la organización logre el éxito en sus negociaciones, mercados o productos y, en un futuro, el posicionamiento de nuevos mercados.

Chi & Gursoy (2009), señalan en su investigación que la satisfacción del consumidor ha surgido como un principal factor para el éxito financiero en las empresas.

Kotler y Armstrong (2001), exponen que la orientación de mercado es la última etapa en el desarrollo de una organización comercial basándose en las tendencias de este, entendiéndose que la orientación de mercado es la raíz de la administración y de la estrategia de la mercadotecnia moderna, teniendo como resultado positivo el desempeño sobre el incremento en la orientación de mercado. Por lo tanto, la orientación de mercado se divide en los siguientes elementos:

- Consumidor
- Competidor
- Coordinación intra-funcional

DESEMPEÑO OPERATIVO

“La evaluación de la productividad se basa en la necesidad de los ejecutivos empresariales de conocer indicadores que permitan tomar decisiones sobre los elementos operativos que afectan de manera positiva o negativamente la planeación estratégica” (Vasconcelo, 2017).

Carline, Linn & Yadav (2009) definen la eficiencia operativa como “el flujo de efectivo de operación en un año financiero que es afectado por los métodos contables”. Así mismo, los autores consideran que el desempeño operativo está estrechamente relacionado con el desempeño financiero, ya que afecta a los indicadores ROA y ROE.

El incremento o disminución del desempeño operativo, tiene un efecto muy parecido al desempeño general de la organización, ya que los resultados empresariales en este desempeño pueden tener efectos negativos o positivos. El deterioro del desempeño operativo tiene un resultado asimétrico con el futuro relacionado a la generación de riquezas (Lier, 2005).

EL CAPITAL RELACIONAL

Concepto e importancia

Las recientes investigaciones han mostrado la importancia de las relaciones y vínculos entre las partes durante el proceso de negociación, una clara muestra es cuando los empresarios desarrollan una relación efectiva entre ellos, cuando esperan interactuar con la misma competencia en el futuro, así cuando las mismas partes negocian de forma frecuente durante un periodo de tiempo largo. Teniendo esta perspectiva a largo plazo, es como los acuerdos se pueden generar y mantener de una manera más efectiva. Esta serie de situaciones forman parte de la denominación del capital relacional. Lo opuesto ocurre en las situaciones de conflicto (Medina, Ramírez-Marín, 2014).

“El capital relacional puede ser definido como el conjunto de conocimientos que se incorporan a la organización y a las personas que la integran como consecuencia del valor derivado del número y calidad de las relaciones que de forma continuada se mantienen con los diferentes agentes del mercado y con la sociedad en general. Está integrado, en consecuencia, por el capital negocio y capital social” (Bueno, Real, Fernández, Longo, Merino, Murica & Salmador, 2011).

Delgado-Verde et al. (2011), define al capital relacional como los conocimientos conjuntos, resultado de la relación colectiva de la organización que mantiene con otras organizaciones y personas, como clientes, proveedores y asociados, y que le da un valor añadido y los conocimientos a base de experiencia para hacer sus actividades cada vez más eficientes.

Es de suma importancia establecer buenas relaciones con los clientes de la organización, ya que de ellos se puede extraer información de suma importancia y utilidad a partir de las necesidades que tengan. Como resultado de lo anterior el impacto que tiene la buena relación cliente-organización repercute en una imagen atractiva de la organización, aspecto que define al cliente al momento de seleccionar una investigación (Cabrita, 2009).

Los clientes de una organización son el factor principal del concepto de capital relacional, ya que son en estos donde se refleja la calidad del producto o servicio a través de la estructura y procesos de la organización mediante su nivel de satisfacción con el producto final, la longevidad de la relación entre estos y la organización, la fidelidad hacia la compañía o la marca en sí. En base a estos factores de retroalimentación se pueden tomar mejores decisiones que beneficien a la organización (Bontis, 1998).

Cabrita (2009), hace una evaluación de la importancia de tener una buena relación con las entidades que son competidores directos de su organización, ya que estas relaciones generan información de igual manera importante que de la de los clientes, aparte de valorar ventajas de analizar las debilidades y fortalezas de sus competidores directos.

Sánchez, Melián & Hormiga (2007) señalan que las alianzas estratégicas con otras organizaciones y la cuota del mercado son un par de dimensiones que pertenecen de igual manera al capital relacional, en los que los consumidores de productos y servicios figuran un alto valor y las relaciones con otras entidades externas a la organización, representan una fortaleza en el mercado por medio de las alianzas.

Boedker, Guthrie & Cuganesan (2005) indican que hablando del capital relacional, también se incluyen a la lista los proveedores de la empresa, los cuales se considera principalmente relevante la buena relación entre ambas partes por medio de alianzas y asociaciones se tienen fortalezas para las dos entidades participantes.

DIMENSIONES DEL CAPITAL RELACIONAL

Delgado-Verde et al. (2011), identifica tres dimensiones dentro del capital relacional, como el conocimiento de la organización, capacidades administrativas y toma de decisiones, procedimientos definidos habidos por la organización, que son resultado de las relaciones formadas y progresivas con otros agentes y organizaciones.

Según Medina y Ramírez-Marín (2014) el capital relacional está conformado por; la confianza entre las partes involucradas, apoyo mutuo, conocimiento general de las partes y el compromiso para continuar las relaciones en el futuro. Esto quiere decir que es probable que las secuencias de los resultados puedan afectar directamente la relación entre las empresas interesadas, como resultado de los acuerdos que las involucran y la confianza mutua.

Pedraza, et al. (2017), señala que el entorno de una empresa afecta el nivel de competitividad de esta con una cantidad de factores directos o indirectos mencionados a continuación:

Factores directos o indirectos del entorno que afectan a la empresa
El nivel educativo de los trabajadores de la organización.
Infraestructura.
Calidad de productos similares en el mercado.
Cultura empresarial.
Eficiencia de las instituciones.
Medio ambiente.

Comentario [1]: Fuente de elaboración propia.

Comentario [2]: Fuente de elaboración propia.

Comentario [3]: Fuente de elaboración propia.

Comentario [4]: Fuente de elaboración propia.

Comentario [5]: Fuente de elaboración propia.

Comentario [6]: Fuente de elaboración propia.

El análisis del capital relacional principalmente se fundamenta en dos aspectos principales; la dimensión ejecutada por el capital humano. Esta dimensión de la que se ha encontrado evidencia empírica del gran peso que tiene el capital humano sobre el capital relacional y cómo afecta positivamente en el desempeño empresarial (Bontis et al., 2000).

El segundo punto del capital relacional se refiere a las relaciones entre las organizaciones, clientes, socios y proveedores. Es la única dimensión del capital intelectual que se desarrolla con los agentes externos de la organización (Lu et al. 2014).



Fuente: basada en Vasconcelo, 2017

MODELOS DE MEDICIÓN DEL CAPITAL RELACIONAL

Ante la evidente necesidad del diseño y utilización de modelos que sirvan de medición al capital intelectual en procesos analíticos para la competitividad de la organización en diferentes situaciones, parecía necesario incorporar un modelo eficiente que midiera todas las posibles variables del capital relacional (Bueno, et al., 2011).

“Medido a partir de la adaptación de la escala desarrollada por Van de Vliert, Ewema and Huismans (1995) con los siguientes ítems: “Estaría satisfecho con la negociación?”, “Crees que las partes comprendieron al adversario al final de la negociación?”, “Crees que existió un buen clima durante la negociación?” (1 = completamente en desacuerdo; 7 = completamente de acuerdo). Los ítems demostraron una alta consistencia interna (Cronbach’s alpha = .89), por lo que fueron agregados en una única medida denominada capital relacional (Medina, Ramírez-Marín, 2014, página 4).

Así mismo, Ramírez (2007) explica que los indicadores suelen ser uno de los métodos más confiables y efectivos para hacer cuantificable el Capital Intelectual, estos indicadores tienen la misma efectividad midiendo datos financieros que son utilizados, siendo la recolección de estos bastante meticulosa y sistemática. Para elegir un sistema de medición para un concepto tan complejo como lo es el Capital Intelectual, es necesario identificar la identidad de la organización, objetivos, misión y expectativas a un plazo largo.

LA RELACIÓN DEL CAPITAL RELACIONAL Y LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN EL SECTOR SERVICIOS Y SECTOR INDUSTRIA

Capó-Vicedo, Expósito-Langa, & Masiá-Buades (2007) exponen en su trabajo que deben de tomarse en cuenta las fuentes externas a la organización como las son los clientes, proveedores, gobiernos, institutos de investigación, sociedad en general, entre otras entidades, como elementos principales para adquirir competencias con las que la organización no cuente. Esto conlleva a que el conocimiento sea la base para entender mejor cómo se mueve la economía global en la actualidad, recayendo principalmente en el poder de permanencia de los clientes leales, asimismo, los proveedores tienen un papel igual de importante, ya que las organizaciones fuertes que tienen una estrecha relación con ellos, suelen ser organizaciones más productivas.

Hablando de la importancia de la tecnología en esta relación entre el Capital Intelectual y la competitividad en las empresas, Matos (2013) subraya que es fundamental el uso de la tecnología para conservar a los clientes en la actualidad, es por eso que la empresa debe alinear sus objetivos en la implementación de nuevas tecnologías en los procesos que fortalezca la permanencia de los clientes, construyendo un capital estable. Entre más conocimiento se tenga respecto a los proveedores y cualquier tipo de capital relacional (sobre todo en pequeñas organizaciones) se desarrollarán mejoras e innovaciones en servicios, productos y procesos.

Los estudios del capital intelectual y sus variables en la generación de valor han sido tan bastos que ha comenzado a tener opciones para medir la evaluación del desempeño organizacional. Los activos intangibles y su medición, junto con los sistemas contables, factores de producción y la creación de valor de activos intangibles (fábricas, capital y maquinarias), ha variado los modelos para conocer el desempeño de las empresas (Bontis, 2014).

“La aplicación del capital intelectual en los modelos de medición de desempeño empresarial ha sido potenciado en la actual economía del conocimiento”, en los últimos años, las organizaciones se han afrontado a una constante competencia que se puede resaltar por la desregulación, progresos tecnológicos, fragmentación de los mercados, ciclos de productos acortados, incremento de exigencias y expectativas del consumidor (Oliveira, Roth & Gilland, 2002).

Diversas investigaciones proponen que el capital relacional admite la reducción de costos, cooperación y emprendimiento, todo esto utilizando las buenas relaciones con los agentes externos a la organización, como los proveedores, redes de producción y con otras empresas, teniendo un resultado positivo en el desempeño organizacional en diferentes sectores (Peng, Pike & Roos, 2007).

La cimentación de un capital relacional con socios puede innovar en mejores maneras de hacer negocios para aprender de las experiencias innovadoras. Por consiguiente, una empresa puede aumentar su nivel de calidad, reducir costos, una mejor capacidad de respuesta y productividad, utilizando los conocimientos adquiridos con el capital relacional. (Ordoñez de Pablos, 2004).

HIPÓTESIS

H1 Existe una relación directa e interdependiente entre el desempeño organizacional de una unidad de negocio y el capital relacional (alianzas con agentes externos, proveedores) y sus componentes en las empresas de giro comercial en Tamaulipas.



METODOLOGÍA

DISEÑO METODOLÓGICO

El presente trabajo de investigación pretende identificar la relación entre los componentes del capital relacional y el desempeño organizacional en el estado de Tamaulipas. es de enfoque cuantitativo porque se va a utilizar la recolección de datos para probar la hipótesis, representada en los resultados que arrojen sobre la factibilidad de la relación entre las variables estudiadas, de un análisis estadístico representado numéricamente, a través de encuestas como instrumento de recolección de datos en las empresas del sector comercial. Su enfoque es cuantitativo.

Con alcance metodológico causal, ya que lo que se intenta identificar es la relación y en qué condiciones se da la relación de la competitividad empresarial y el capital relacional.

Será una investigación de lapso transversal, ya que los datos se obtendrán de fuente primaria (ya que la información obtenida en esta investigación se sacará directamente del objeto de estudio que en este caso serán empresas de manufactura y de servicios) en un solo periodo de tiempo.

El diseño de la investigación será no experimental ya que se utilizarán escenarios ya establecidos, además que se observará el fenómeno en un ambiente cotidiano para después ser estudiado.

Esta investigación se realizará en una sola etapa por su diseño metodológico.

UNIDAD DE ANÁLISIS Y POBLACIÓN

La población de la presente investigación serán empresas privadas del sector comercial en la zona sur del estado, específicamente en la zona conurbada de Tampico, Madero y Altamira.

Actualmente existen 53,654 empresas comerciales en Tamaulipas, teniendo en la zona conurbada del sur del estado 11,382 de estas empresas, es por ello la importancia de este sector, se ha tomado a las empresas comerciales como la unidad de análisis para la presente investigación.

Serán empresas elegidas por conveniencia de disponibilidad y facilidad de acercamiento. El sujeto de análisis al que se aplicará el instrumento se pretende sean los gerentes y/o dueños de estas empresas, ya que estos son los que suponemos conocen a fondo la organización y nos pueden dar más información que se requiere.

MUESTRA

La población de este trabajo de investigación estará representada por el número de empresas del sector comercio de la zona conurbada de Tampico, Madero y Altamira.

Actualmente existen 693 empresas en la zona conurbada de Tampico, Madero y Altamira, es por ello la importancia de este sector, se ha tomado a las empresas comerciales de tamaño pequeño, mediano y grande como la unidad de análisis para la presente investigación, que tiene como objetivo determinar la relación de dependencia de los componentes del capital relacional y el desempeño en la zona sur de Tamaulipas.

Para el presente trabajo de investigación, se utilizará una fórmula estadística para la determinación de la muestra en poblaciones establecidas:

Dónde: en la zona norte, centro y sur del estado de Tamaulipas

Población (N) = 693

Coefficiente de confianza (Z) = 1.96 (Nivel de confianza de 95%)

Probabilidad positiva (p) = 0.5

Probabilidad negativa (q) = 0.5

Error (e) = 8% (aquí puede ser 5%)

INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

El instrumento de medición que se va a utilizar en esta investigación para extraer registrar la información de las variables será el cuestionario, ya que se concluyó que es el mejor instrumento de aplicación para recopilar la información en este estudio ya que tiene un nivel alto de confidencialidad de los datos a obtener si se hace un buen diseño de este, se compondrá de una serie de preguntas para medir las variables. El cuestionario se procurará aplicarse de manera personal a la persona que se disponga, ya sea gerente o directivo (medios y altos mandos que conozcan la organización) con la finalidad de que conteste con la mayor precisión posible, ya que la persona a la que se le aplicará este instrumento debe de conocer a profundidad el funcionamiento de la empresa (Hernández et al., 2006).

ANÁLISIS DE DATOS

La técnica de análisis de datos para esta investigación será un análisis de regresión simple, que permitirá hacer una estimación y probar la relación entre la variable dependiente que es el desempeño organizacional y la variable independiente que es la competitividad empresarial (alianzas con agentes externos). El programa que se utilizará para procesar los resultados obtenidos será mediante el paquete estadístico SPSS.

OPERACIONALIZACIÓN

Operacionalización capital intelectual

Variable	Definición conceptual	Indicadores	Definición de indicadores	Ítems	Autores
Capital humano	Son los conocimientos habilidades, capacidades que posee cada individuo dentro de la organización y que ayudan alcanzar los objetivos planteados	Creatividad	Capacidad de uso del conocimiento del empleado para generar beneficios a la organización	Nuestro personal es capaz de desarrollar nuevas ideas y conocimiento	(Huang & Wu, 2010; Tzeng, lang, lu & Chen, 2013)
				Nuestro personal es brillante y creativo	(Wang & Wu, 2010)
				nuestro personal hace frente a las dificultades con eficiencia	(Bontis et al.,2000; Tzeng, Lang, Lu & Cheng, 2014)
		Colaboración	Capacidad del empleado de colaborar con los miembros de la organización para generar beneficios	Nuestro personal colaborar entre sí para resolver problemas y desarrollar soluciones de negociación	(Huang & Wu, 2010; Ling, 2013)
				Nuestro personal comparte recursos e información de los clientes y la competencia con otros empleados	(Bontis et al.,2000; Wang, et al., 2014)
				Nuestro personal obtiene mejores resultados cuando trabaja en equipo	(Bontis et al., 2000; Martín de Castro et al., 2009)
Capital estructural	Refiere al conjunto de sistemas, procedimientos, estructura y procesos de la organización que da soporte	Capacitación	Políticas de entrenamiento a los empleados	La organización cuenta con programas de entrenamiento para desarrollar y actualizar las competencias de los empleados constantemente	(Bontis et al., 2000; Sharabati et al., 2010)

	a las dimensiones de capital humano y capital relacional de la organización			La organización tiene procesos de reclutamiento y selección para contratar a los mejores candidatos	(Bontis et al., 2000; Sharabati et al., 2010)
		Cultura innovadora	Estrategias que permiten generar nuevas fuentes de ingresos	La organización otorga incentivos económicos para los empleados que generan nuevas ideas y/o realizan explotación tecnológica	(Martín de castro et al., 2009; Sharabati et al., 2010)
				La organización desarrolla de forma continua proyectos de innovación (productos, tecnología, sistemas)	(Bontis et al., 2000; Sharabati et al., 2010)
		Estructura, sistemas y procesos	Elementos tangibles que permite a la organización salvaguardar todo el conocimiento de los empleados junto con sus estrategias, políticas y métodos de trabajo	La organización almacena el conocimiento y experiencias de los empleados en manuales, sistemas y procesos	(Wang & Wu, 2010; Sofian et al., 2006)
				La organización tiene procedimientos documentados que ayudan a ejecutar acciones rutinarias	(Martín de castro et al., 2009; Wang et al., 2014)
Capital relacional	Son las relaciones exteriores que dan valor a la empresa y se refiere a la lealtad de clientes, proveedores y	Alianzas estratégicas	Aprovechamiento cognitivo de las relaciones contractuales con actores externos de la organización	La organización trabaja por medio de alianzas estratégicas en los proyectos de innovación (proveedores, clientes, universidad, gobierno, centros de investigación, etc.)	(Crema y Verbano, 2014; Sharabati et al., 2010)

stakeholders			La organización evalúa de manera formal las razones de éxito o fracaso de colaboración con las alianzas estratégicas	(Crema y Verbano, 2014; Sharabati et al., 2010)
	Proveedores	Estrategias para aprovechar el conocimiento de los proveedores	La organización mantiene relaciones de largo plazo con los proveedores	(Martín de Castro et al., 2009; Sharabati et al., 2010; Sofian et al., 2006)
			La organización destina un tiempo considerable para la selección de proveedores	(Sharabati et al., 2010; Sofian et al., 2006)
	Clientes	Actores externos con la capacidad monetaria que tienen la intención de adquirir los productos o servicios de la organización	La organización se ocupa de gestionar relaciones a largo plazo con los clientes	(Bontis et al., 2000; Martín de Castro et al., 2009; Sofian et al., 2006)
			Nuestros clientes son leales ante la entrada de nuevos competidores	(Bontis et al., 2000; Sharabati et al., 2010; Khaliq et al., 2015)

Operacionalización de competitividad empresarial

Item	Indicador	Unidad de medida	Frecuencia de medición	Responsable	Costo	Riesgo
Indicador de la rentabilidad						

cional ra la a de ción se en en e ser s as	009)	ro	de n del o	miento de la cobranza a clientes
				miento de pago a proveedores
				miento de rotación de inventarios
				sobre s miento en ROA (retorno sobre activos)
				sobre s miento en ROV (retorno sobre ventas)
				sobre ón miento en ROI (retorno sobre la inversión)
peño cional n que e tan na logra tivos	ani y ani, do	eño ado	idor	xito en el lanzamiento de nuevos productos o servicios
				ón del cliente con los productos o servicios
				dido en los productos y servicios
				en el do n de la imagen de la empresa y de sus productos o servicios
				n de la empresa a las necesidades de los mercados
				a rápida de la organización ante competidores
				ción en la cuota de mercado
a en iento os de bsto tica, o y ridad	ng y 11)	eño vo	ridad	ño en el logro de objetivos y resultados
				n los procesos de producción
				ecnología en los procesos de producción
				idad de nuestros empleados

						en los procesos y actividades de la empresa
						ño en el aprovechamiento de los recursos
						la coordinación de procesos internos
al	08)					
eño						
cional						
os de						
la						
ña						
os						
os						

CONCLUSIONES

Se ha encontrado que las variables tienen una correlación directa entre sí debido a lo mostrado en los resultados a partir de la aplicación de encuestas a la muestra seleccionada.

ANÁLISIS FACTORIAL

Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.675
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	84.316
	gl	6
	Sig.	.000

Matriz de correlaciones

		CR1	CR2	CR5	CR8
Sig. (unilateral)	CR1		.000	.000	.000
	CR2	.000		.000	.016
	CR5	.000	.000		.002
	CR8	.000	.016	.002	

Comunalidades

	Inicial	Extracción
CR1	1.000	.687
CR2	1.000	.595
CR5	1.000	.479
CR8	1.000	.337

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	2.098	52.447	52.447	2.098	52.447	52.447
2	.824	20.589	73.036			
3	.675	16.882	89.918			
4	.403	10.082	100.000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Matriz de componente^a

	Componente
	1
CR1	.829
CR2	.771
CR5	.692

CR8	.580
-----	------

Método de extracción:
análisis de
componentes
principales.

a. 1 componentes
extraídos.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	115	99.1
	Excluido ^a	1	.9
	Total	116	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.695	4

Comunalidades

	Inicial	Extracción
DM8	1.000	.472
DM9	1.000	.392
DM10	1.000	.619
DM11	1.000	.356
DM12	1.000	.561
DM13	1.000	.450
DM14	1.000	.592

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	3.442	49.170	49.170	3.442	49.170	49.170
2	.808	11.546	60.716			

3	.728	10.407	71.123			
4	.572	8.173	79.296			
5	.522	7.462	86.759			
6	.475	6.787	93.546			
7	.452	6.454	100.000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Matriz de componente^a

	Componente
	1
DM8	.687
DM9	.626
DM10	.787
DM11	.597
DM12	.749
DM13	.671
DM14	.770

Método de extracción:
análisis de
componentes
principales.

a. 1 componentes
extraídos.

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	114	98.3
	Excluido ^a	2	1.7
	Total	116	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
------------------	----------------

.820	7
------	---

Descriptivo de variables

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Asimetría		Curtosis	
	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Error estándar	Estadístico	Error estándar
CR1	116	1	5	3.64	1.106	-.298	.225	-.798	.446
CR2	116	1	5	3.75	1.094	-.458	.225	-.621	.446
CR5	115	2	5	4.17	.826	-.793	.226	.116	.447
CR8	116	2	5	4.36	.678	-.934	.225	1.096	.446
DM8	116	3	5	4.32	.667	-.469	.225	-.739	.446
DM9	116	3	5	4.49	.611	-.780	.225	-.357	.446
DM10	116	3	5	4.41	.605	-.500	.225	-.620	.446
DM11	115	2	5	4.25	.771	-.586	.226	-.693	.447
DM	116	3	5	4.39	.669	-.642	.225	-.636	.446

12										
DM 13	116	4	5	4.53	.501	-.140	.225	-2.015	.446	
DM 14	115	2	5	4.19	.724	-.449	.226	-.481	.447	
N válido (por lista)	113									

Estadísticos

		CR1	CR2	CR5	CR8	DM8	DM9	DM1 0	DM1 1	DM1 2	DM1 3	DM1 4
N	Válido	116	116	115	116	116	116	116	115	116	116	115
	Perdidos	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1

Descriptivos

		Estadístico	Error estándar
DM8	Media	4.33	.062
	95% de intervalo de confianza para la	Límite inferior	4.21

	media	Límite superior	4.46	
	Media recortada al 5%		4.37	
	Mediana		4.00	
	Varianza		.437	
	Desviación estándar		.661	
	Mínimo		3	
	Máximo		5	
	Rango		2	
	Rango intercuartil		1	
	Asimetría		-.486	.226
	Curtosis		-.709	.449
DM9	Media		4.50	.057
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	4.39	
		Límite superior	4.61	
	Media recortada al 5%		4.56	
	Mediana		5.00	
	Varianza		.376	

	Desviación estándar		.613	
	Mínimo		3	
	Máximo		5	
	Rango		2	
	Rango intercuartil		1	
	Asimetría		-.820	.226
	Curtosis		-.302	.449
DM10	Media		4.43	.056
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	4.32	
		Límite superior	4.54	
	Media recortada al 5%		4.48	
	Mediana		4.00	
	Varianza		.353	
	Desviación estándar		.595	
	Mínimo		3	
	Máximo		5	
	Rango		2	

	Rango intercuartil		1	
	Asimetría		-.495	.226
	Curtosis		-.638	.449
DM11	Media		4.25	.072
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	4.11	
		Límite superior	4.40	
	Media recortada al 5%		4.29	
	Mediana		4.00	
	Varianza		.598	
	Desviación estándar		.774	
	Mínimo		2	
	Máximo		5	
	Rango		3	
Rango intercuartil		1		
	Asimetría		-.593	.226
	Curtosis		-.703	.449
DM12	Media		4.39	.063

	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	4.26	
		Límite superior	4.51	
	Media recortada al 5%		4.43	
	Mediana		4.00	
	Varianza		.451	
	Desviación estándar		.672	
	Mínimo		3	
	Máximo		5	
	Rango		2	
	Rango intercuartil		1	
	Asimetría		-.642	.226
	Curtosis		-.643	.449
DM13	Media		4.54	.047
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	4.45	
		Límite superior	4.64	
	Media recortada al 5%		4.55	

	Mediana		5.00	
	Varianza		.250	
	Desviación estándar		.500	
	Mínimo		4	
	Máximo		5	
	Rango		1	
	Rango intercuartil		1	
	Asimetría		-.178	.226
	Curtosis		-2.004	.449
DM14	Media		4.19	.068
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	4.06	
		Límite superior	4.33	
	Media recortada al 5%		4.22	
	Mediana		4.00	
	Varianza		.529	
	Desviación estándar		.727	
	Mínimo		2	

Máximo	5	
Rango	3	
Rango intercuartil	1	
Asimetría	-.455	.226
Curtosis	-.496	.449

1.6 Correlación

Correlaciones

		Alianzas_estrategicas	Desempeño_mercado
Alianzas_estrategicas	Correlación de Pearson	1	.520**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	115	113
Desempeño_mercado	Correlación de Pearson	.520**	1
	Sig. (bilateral)	.000	

N	113	114
---	-----	-----

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

Correlaciones no paramétricas

Correlaciones

			Alianzas_estrategi cas	Desempeño_merca do
Tau_b de Kendall	Alianzas_estrategi cas	Coeficiente de correlación	1.000	.370**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	115	113
	Desempeño_merca do	Coeficiente de correlación	.370**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	113	114
Rho de Spearman	Alianzas_estrategi cas	Coeficiente de correlación	1.000	.507**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	115	113
	Desempeño_merca do	Coeficiente de correlación	.507**	1.000

	Sig. (bilateral)	.000	.
	N	113	114

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

Estadísticos descriptivos

	Media	Desviación estándar	N
Desempeño_mercado	.0117495	.99651908	113
Alianzas_estrategicas	.0121011	1.00464433	113

Correlaciones

		Desempeño_mercado	Alianzas_estrategicas
Correlación de Pearson	Desempeño_mercado	1.000	.520
	Alianzas_estrategicas	.520	1.000

Sig. (unilateral)	Desempeño_mercad o	.	.000
	Alianzas_estrategica s	.000	.
N	Desempeño_mercad o	113	113
	Alianzas_estrategica s	113	113

Variables entradas/eliminadas^a

Modelo	Variables entradas	Variables eliminadas	Método
1	Alianzas_estrategicas b	.	Entrar

a. Variable dependiente: Desempeño_mercado

b. Todas las variables solicitadas introducidas.

Resumen del modelo^o

Model	R	R	R	Error	Estadísticos de cambio
-------	---	---	---	-------	------------------------

o		cuadrado	cuadrado ajustado	estándar de la estimación	Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F
1	.520 ^a	.270	.264	.85511866	.270	41.103	1	111	.000

a. Predictores: (Constante), Alianzas_estrategicas

b. Variable dependiente: Desempeño_mercado

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	30.055	1	30.055	41.103	.000 ^b
	Residuo	81.166	111	.731		
	Total	111.222	112			

a. Variable dependiente: Desempeño_mercado

b. Predictores: (Constante), Alianzas_estrategicas

Coeficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	.006	.080		.068	.946
	Alianzas_estrategicas	.516	.080	.520	6.411	.000

a. Variable dependiente: Desempeño_mercado

Estadísticas de residuos^a

	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	N
Valor pronosticado	-1.1581777	.7767016	.0117495	.51802623	113
Residuo	-2.44044232	1.79065478	.00000000	.85129261	113
Valor pronosticado estándar	-2.258	1.477	.000	1.000	113

Residuo estándar	-2.854	2.094	.000	.996	113
------------------	--------	-------	------	------	-----

a. Variable dependiente: Desempeño_mercado

BIBLIOGRAFÍA

De Leaniz, P. G., & Del Bosque, I. R. (2013). Intellectual capital and relational capital: The role of sustainability in developing corporate reputation. *Intangible Capital*, 9(1), 262-280. doi:10.3926/ic.378

<http://search.ebscohost.com.ezproxy.conricyt.org/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=89372844&lang=es&site=ehost-live>.

Aino Kianto, Josune Sáenz, Nekane Aramburu, Knowledge-based human resource management practices, intellectual capital and innovation, In *Journal of Business Research*, Volume 81, 2017, Pages 11-20, ISSN 0148-2963, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.07.018>. (<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296317302461>).

Anonymous. (1996). Boosting competitiveness. *Education & Training*, 38(6), III.

Beleneși, M., Bogdan, V., & Popa, D. N. (2016). RESEARCH REGARDING THE DISCLOSURE BEHAVIOUR OF INTELLECTUAL CAPITAL OF LISTED ROMANIAN ENTITIES. *Annals Of The University Of Oradea, Economic Science Series*, 25(2), 427-436.

<http://search.ebscohost.com.ezproxy.conricyt.org/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=120823168&lang=es&site=ehost-live>

Boedker, C., Guthrie, J., & Cuganesan, S. (2005). An integrated framework for visualising intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, 6(4), 510–527. <https://doi.org/10.1108/14691930510628799>.

BOGDAN, V., SABĂU POPA, C. D., BELENEȘI, M., BURJA, V., & POPA, D. N. (2017). EMPIRICAL ANALYSIS OF INTELLECTUAL CAPITAL DISCLOSURE AND FINANCIAL PERFORMANCE - ROMANIAN EVIDENCE. *Economic Computation & Economic Cybernetics Studies & Research*, 51(2), 125-143.

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=123915196&site=ehost-live>.

Bontis, N. (1998). Intellectual capital : an exploratory study that develops measures and models. *Management Decision*, 36(2), 63–76. <https://doi.org/10.1108/00251749810204142>.

Bueno, E., del Real, H., Fernández, P., Longo, M., Merino, C., & Murcia, C. (2012). Modelo Intellectus de medición, gestión e información del capital intelectual. Nueva versión actualizada), Documento Intellectus, (9/10).

Cabrita, M. do R. (2009). Intellectual capital: A phenomenon of interrelationships. *International Journal of Business and Systems Research*, 3(2), 229–256. <https://doi.org/10.1504/IJBSR.2009.024864>.

Capó-Vicedo, J., Expósito-Langa, M., & Masiá-Buades, E. (2007). La importancia de los clusters para la competitividad de las PYME en una economía global. *EURE*, XXXIII(98), 119–133. Retrieved from <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0123592316300444>.

Chahal, H., & Bakshi, P. (2016). Measurement of Intellectual Capital in the Indian Banking Sector. *Vikalpa: The Journal For Decision Makers*, 41(1), 61-73. doi:10.1177/0256090916629253 <http://search.ebscohost.com.ezproxy.conricyt.org/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=114206301&lang=es&site=ehost-live>.

Chen, X., Huang, Q., & Davison, R. M. (2017). Economic and Social Satisfaction of Buyers on Consumer-to-Consumer Platforms: The Role of Relational Capital. *International Journal Of Electronic Commerce*, 21(2), 219-248. doi:10.1080/10864415.2016.1234285.

de Castro, G. M., Salazar, E. A., López, J. N., & Sáez, P. L. (2009). El papel del capital intelectual en la innovación tecnológica. Una aplicación a las empresas de servicios profesionales de España. (Spanish). *Cuadernos De Economía Y Dirección De La Empresa (CEDE)*, 4083-109. <http://search.ebscohost.com.ezproxy.conricyt.org/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=44142457&lang=es&site=ehost-live>.

Eleazar Villegas González, Martín Aubert Hernández Calzada, Blanca Cecilia Salazar Hernández, La medición del capital intelectual y su impacto en el rendimiento financiero en empresas del sector industrial en México, In *Contaduría y Administración*, Volume 62, Issue 1, 2017, Pages 184-206, ISSN 0186-1042, <https://doi.org/10.1016/j.cya.2016.10.002>. (<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104216300602>).

González, J. D. (2009). Building social capital in aquaculture: The case of northeastern Mexico. *Territorios*, (20-21).

Ibarra Cisneros, M. A., González Torres, L. A., & del Rosario Demuner Flores, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 18(35), 107-130. doi:10.21670/ref.2017.35.a06

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=121530673&site=ehost-live>

t-live.

Jan Mouritsen, Per Nikolaj Bukh, Bernard Marr, (2004) "Reporting on intellectual capital: why, what and how?", *Measuring Business Excellence*, Vol. 8 Issue: 1, pp.46-54.

Kwantes, C. T. (2007). Organizational commitment, intellectual capital and organizational competitiveness. *South Asian Journal of Management*, 14(3), 28.

Matos, F. (2013). A theoretical model for the report of intellectual capital. *The Electronic Journal of Knowledge Management*, 11(4), 339–360.

McFetridge, D. G. (1995). Competitiveness: Concepts and Measures. *Occasional Paper Industry Canada*, (5), 39.

Medina, F. J., & Ramirez Marin, J. Y. (2014). Negociar en circunstancias cambiantes: los motivos sociales como moderadores del capital económico y relacional. (Spanish). *Revista De Psicología Del Trabajo Y De Las Organizaciones*, 30(3), 141-148. doi:10.1016/j.rpto.2014.11.007.

Miriam Delgado-Verde, Gregorio Martín-de-Castro, José Emilio Navas-López, Jorge Cruz-González, Capital social, capital relacional e innovación tecnológica. Una aplicación al sector manufacturero español de alta y media-alta tecnología, In *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, Volume 14, Issue 4, 2011, Pages 207-221, ISSN 1138-5758, <https://doi.org/10.1016/j.cede.2011.04.001>.

(<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1138575811000569>) Keywords: Capital social; Capital relacional; Innovación de producto; Innovación de proceso; Social capital; Relational capital; Product innovation; Process innovation.

PEDRAZA MELO, N. A., LAVÍN VERÁSTEGUI, J. E. S. Ú. S., DELGADO RIVAS, G. E. R. A. R. D. O., & BERNAL GONZÁLEZ, I. D. O. L. I. N. A. (2015). Prácticas de liderazgo en empresas comerciales en Tamaulipas (México). *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 23(1).

Pedraza, N. A., Lavín Verástegui, J., Marmolejo Rodríguez, J., Vasconcelo Alvarez, R., & García Ruiz, J. E. (2017). Caracterización del capital intelectual en el sector empresarial del estado de Tamaulipas , México *. *Vision Gerencial*, 16(1), 119–143.

Ramírez, D. E. (2007). Capital intelectual: algunas reflexiones sobre su importancia en las organizaciones. *Pensamiento & Gestión*, 23, 131–152

Sánchez Medina, A. J., Melián González, A., & Hormiga Pérez, E. (2007). El concepto de capital intelectual y sus dimensiones. *Investigaciones Europeas de Dirección Y Economía de La Empresa*, 13(2), 97–111. <https://doi.org/ISSN:1135-2523>.

Sanchez-Gutierrez, J., Gonzalez-Uribe, E. G., Gutierrez-Govea, A., & Garcia-Jimenez, E. F. (2012). THE EFFECTS OF INTELLECTUAL CAPITAL AND INNOVATION ON COMPETITIVENESS: AN ANALYSIS OF THE RESTAURANT INDUSTRY IN GUADALAJARA, MEXICO. *Advances In Competitiveness Research*, 20(3/4), 32-46.

Teresita Arenas, Leonardo Lavanderos, (2008) "Intellectual capital: object or process?", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 9 Issue: 1, pp.77-85.

Vlaisavljevic, V., Cabello-Medina, C., & Pérez-Luño, A. (2016). Coping with Diversity in Alliances for Innovation: The Role of Relational Social Capital and Knowledge Codifiability. *British Journal Of Management*, 27(2), 304-322. doi:10.1111/1467-8551.12155.
