

LA COMPETENCIA DEL CAPITAL HUMANO Y SU ASOCIACIÓN CON EL DESEMPEÑO DE MERCADO EN EL SECTOR COMERCIAL

MARÍA FERNANDA BALLINAS HINOJOSA
ESTUDIANTE BECARIA CONACYT UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
TAMAULIPAS FER.BALLINAS22@GMAIL.COM

DRA. NORMA ANGÉLICA PEDRAZA MELO
PROFESOR INVESTIGADOR EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS
angelicapedrazamelo@gamil.com

DR. JESÚS LAVÍN VERÁSTEGUI
PROFESOR INVESTIGADOR EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS
jlavinv@gmail.com

Resumen

El objetivo de este estudio es analizar la asociación que existe entre lo que es la Competencia del capital humano y el desempeño de mercado en el sector comercial de la ciudad de Tampico, estado de Tamaulipas. De tal forma que a lo largo de una revisión de la literatura se logró hacer un marco teórico en el cual se definen los conceptos de las dos variables presentes, y posteriormente la correlación que existe hasta ahora en la literatura entre estas mismas. Con respecto a la metodología, se trata de una investigación tipo cuantitativa, con un alcance explicativo. Como muestra de la población total de empresas a las que se dirige esta investigación existen 238 empresas del sector comercio en la ciudad de Tampico en el estado de Tamaulipas, de las cuales solo se tuvo el acceso a 116 de ellas. El instrumento que se utilizó fue un cuestionario, compuesto por 17 ítems, medidos por una escala tipo Likert del 1 al 5. Los resultados fueron positivos, dando una clara relación entre ambas variables.

The main objective of this investigation is to analyze the relationship between what is known as human capital competition and market performance in the commercial sector of the city of Tampico in the state of Tamaulipas. Because of this investigation, while reviewing the literature, we were able to create a theoretical framework, where we define concepts of the two present variables, and there for identified the present connection between them in the literature. As an independent variable we have human capital competition and as a dependent variable; market performance. As for the

methodology, this is a quantitative investigation, with an explanatory approach. As our population simple of the total of companies this investigation is for, there are a total of 238 companies in the commerce sector in the city of Tampico in the state of Tamaulipas, to which we only had Access to 116 of them. The instrument we used was a survey, composed of 17 items, graded by a Likert type scale from 1 to 5. The results were positive, showing a clear relationship between both variables.

Palabras clave

Capital humano - Desempeño Organizacional - Desempeño de mercado - Sector comercial - Capital intelectual.

Human capital - Organizational performance - Market performance - Commercial sector - Intellectual capital.

1. INTRODUCCIÓN

El capital humano y el desempeño de mercado, son dos variables que han dado motivo para su estudio a lo largo del tiempo. La ventaja competitiva en las organizaciones, es obtenida a través de tener una diferencia de sus productos y/o servicios en comparación a sus competidores. Uno de los factores más importantes que pueden llegar a crear una ventaja competitiva entre las empresas es el capital humano. El que se señala es una fuente de ventaja competitiva, a raíz de que sus competencias, conocimientos, habilidades y experiencias existen en base a las necesidades de las organizaciones para las que trabajan.

Se ha hecho hincapié, en la importancia de las competencias del capital humano en las empresas, debido al papel que desempeñan en torno al alcance de la competitividad por parte de éstas, ya que como es bien sabido, cuando se cuenta con el personal con conocimientos adecuados para desempeñar una función, la empresa se vuelve mejor y más productiva. Contar con el personal debidamente capacitado, que ayude, colabore y se involucre en las tareas de la organización, puede traer beneficios a la misma, en torno a la obtención de las metas y objetivos de la organización.

El presente documento, pretende mostrar un análisis de la relación de la competencia del capital humano y el desempeño de mercado en el sector comercial del estado. El desarrollo del documento se desglosa de la siguiente manera: primeramente una revisión de la literatura, llevando después a la creación de un marco conceptual, en segundo lugar la metodología de dicha investigación, seguida

de los resultados y las reflexiones hechas en base a los resultados y lo observado en el proceso de recolección de datos, y por último la bibliografía utilizada en este trabajo.

2. MARCO CONCEPTUAL

2.1 Desempeño Organizacional (DO)

Dentro de las organizaciones, existen ciertos factores que según sean puestos en práctica, hacen que estas mismas tengan un grado de productividad y éxito en el mercado en el que se desarrollan, a este conjunto de factores que contribuyen al éxito de la empresa podemos llamarle desempeño organizacional.

El concepto de desempeño organizacional cuenta ya con una gran variedad de definiciones en las que se incluyen medidas relacionadas con la eficiencia, la efectividad, el crecimiento del negocio, el logro de los objetivos y la satisfacción de los empleados (Gharakhani & Mousakhani, 2012; Gopalakrishnan, 2000; Ho, 2008; McGivern & Tvorik, 1997; Pérez & Cortés, 2009). Dicho de esta manera, podría decirse que el desempeño organizacional busca medir la eficiencia con la que una empresa labora y alcanza sus objetivos, y que tan competitiva se vuelve gracias a su buen funcionamiento en todas y cada una de sus áreas. El desempeño organizacional es un tema extenso y con una amplia variedad de dimensiones, es por eso que la literatura recomienda su medición basándose en diferentes medidas, para de esta manera poder capturar y analizar íntegramente todas sus características (Porporato, 2015).

Cuando hablamos de Desempeño Organizacional, podemos centrarnos en tres diferentes factores con el fin de poder definirlo, los cuales son, la eficiencia (viéndose desde el punto de vista de entradas y salidas de recursos financieros y no financieros en la empresa), la efectividad (relacionando esta con la satisfacción de los empleados y el crecimiento de la empresa) y por último los rendimientos financieros (las utilidades de la empresa, el valor de sus acciones, sus inversiones y el retorno sobre sus activos), estos tres factores ayudan a definir el concepto del DO (Jarad, Yusof, & Shafiei, 2008; McGivern & Tvorik, 1997; J. N. Wu, Zhong, & Mei, 2011; Yamakawa & Ostos, 2011)

Según Benzaquen, Del Carpio, Zegarra, y Valdivia (2010), el DO se refiere al término que maneja las aptitudes de los negocios o empresas, y su capacidad para plantear, desarrollar, hacer y colocar sus servicios y/o productos en el mercado actual, atendiendo siempre las nuevas necesidades y tendencias de su entorno. Aunque el término de desempeño organizacional englobe ciertos factores como se comentó anteriormente, su importancia radica no solo en los rendimientos económicos, la calidad, el servicio que se le otorga al cliente y su mercadotecnia, sino en cómo refleja y percibe el desempeño de toda la empresa como tal (Pérez & Cortés, 2009).

2.1.1 Dimensiones del desempeño organizacional

Siendo el desempeño organizacional, un tema de gran extensión, diferentes autores han propuesto una serie de dimensiones por medio de las cuales se facilita su medición. Algunos coinciden en estas dimensiones, otros no; algunos optan por tener una cantidad más grande y otros por tener menos, de todas maneras, el objetivo es en todos los casos, la medición de tal variable.

En su trabajo, Gupta y Govindarajan citados por Pérez y Cortés (2009) mencionan trece dimensiones del DO, las cuales son; ventas, la tasa de crecimiento, proporción de mercado, rentabilidad operativa, rentabilidad en ventas, flujo de caja de las operaciones, retorno sobre la inversión, desarrollo de nuevos productos, desarrollo de mercados, actividades de investigación y desarrollo, programa de reducción de costos, desarrollo de personal, y asuntos políticos y públicos. Por otra parte, Venkatraman & Ramanujam (1986), han categorizado el desempeño de la organización en dos dimensiones: el desempeño operativo de la empresa y el desempeño financiero.

Dentro de la literatura, existen investigaciones que tienen como finalidad la medición del desempeño de las organizaciones en una forma íntegra y completa, de tal manera que engloban todos los aspectos de la organización dentro de tres ámbitos o dimensiones, las cuales son la dimensión económica, la dimensión organizacional, y por último se menciona una dimensión integral, que abarca las dos dimensiones anteriormente mencionadas (Hansen & Wernerfelt, 1989).

Haciendo una revisión de la literatura, podemos notar que cuando hablamos del desempeño de la organización, existen varios autores que mencionan cuatro tipos de dimensiones dentro de sus investigaciones, como por ejemplo el rendimiento de mercado, el rendimiento financiero, el rendimiento de operación y el rendimiento innovador (Gunday, Ulusoy, Kilic, & Alpan, 2011; Pino, Felzensztein, Zwerg-Villegas, & Arias-Bolzmann, 2016). Por otra parte, Hagedoorn y Cloudt (2003) mencionan un desempeño innovador, el cual nos dice que es aquel en que la empresa maneja la innovación en el mercado y puede en un momento dado llegar a tener un vínculo con todos los éxitos que se han logrado en el proceso y creación de nuevos productos y/o servicios.

Habiendo entonces revisado y analizado las diversas investigaciones que existen respecto al estudio y medición de esta variable en su totalidad, podríamos decir que las dimensiones que más se frecuentan en la literatura son las de desempeño de mercado, desempeño financiero y desempeño de operaciones. Para efectos de esta investigación, se optó por estudiar el desempeño de mercado.

2.1.2 Desempeño de mercado

A través del tiempo, el desempeño de mercado se ha ido valorando cada vez más en las empresas, su importancia en la organización ha llegado a tal grado que podría decirse que se ha convertido en un aspecto de gran relevancia para los accionistas de dichas empresas (Doyle, 2000). Según Hendrayati y Gaffar(2016), el desempeño de mercado es aquel que es utilizado por los

estudiosos para poder medir y evaluar los logros de una organización en términos de rendimiento y productividad.

Cuando se habla de rendimiento de mercado, podemos decir que es muy útil para evaluar los productos y servicios, la calidad con la que la empresa se desempeña y el valor que añade en dichos productos y servicios. La medición de este término ayuda a la empresa a ver la importancia de la mercadotecnia dentro de la organización y como puede añadir valor a la misma y por ende generar mayor rendimiento para los accionistas (Walker, Slater, Callaghan, Smyrnios, & Johnson, 2004).

2.2 Capital Intelectual (CI)

El Capital Intelectual conocido también como capital intangible, es el segundo tema a tratar de este escrito, por lo que es claramente necesario analizar varios conceptos con respecto a éste, ya que es la variable independiente de este trabajo; con el fin de comprender su importancia en el desempeño de las organizaciones (Sarur, 2013).

El capital intelectual, es un tema que ha estado adquiriendo mayor relevancia en las organizaciones últimamente, específicamente en aquellas empresas donde se obtienen beneficios a raíz de las actividades de innovación y del uso intensivo del conocimiento (Edvinsson & Sullivan, 1996).

Actualmente, en esta era del conocimiento que vivimos, los recursos intangibles, que son aquellos que no podemos tocar pero aun así existen, se han convertido en la principal fuente que genera utilidades, posicionamiento y bienestar en una organización (Cardona, 2006). De esta manera, podemos decir que lo que es capaz de hacer o puede desarrollar una empresa para así medir, conocer o gestionar sus intangibles, que entre ellos se encuentra el capital intelectual, es un algo clave y muy significativo al momento de la creación de ventajas competitivas sostenibles (Calix, Vigier, & Briozzo, 2015).

En las organizaciones, el CI es un activo intangible ya que no puede tocarse, pero que aun así, aporta la organización buenos resultados, rendimientos, diferenciación y sobre todo productividad y eficiencia. Este, es convertido en capital financiero a través de una adaptación de los nuevos conceptos a la contabilidad financiera tradicional, que además, genera una ventaja competitiva en el mercado, ya que posee conocimientos, preparación, relaciones con clientes y proveedores; experiencia, tecnología organizacional, destrezas profesionales, entre muchos otros más (Sarur, 2013).

En base a los autores anteriormente mencionados y sus respectivas investigaciones, podemos decir que el capital intelectual en sí, es un conjunto de elementos intangibles, que sirven

para aumentar la productividad y crear valor en la empresa gracias a las capacidades, competencias, relaciones, conocimiento, habilidades y cualidades que hay dentro de ella y su personal.

2.2.1 Dimensiones del capital intelectual

Según Geovany, Vigier, y Briozzo (2015), es posible que el capital intelectual sea dividido en tres importantes dimensiones, las cuales son el capital humano, el capital relacional y el capital estructural, ya que, haciendo una revisión de literatura, podemos ver que se proponen ciertos indicadores que están en función de las tres dimensiones.

El capital intelectual es una combinación de activos intangibles, y haciendo una revisión de la literatura, es válido decir que se clasifica en capital humano, estructural y relacional, en el entendido de que todos están fuertemente relacionados dentro de las empresas (Cabrita & Bontis, 2008; Jardon & Susana Martos, 2012; Mention & Bontis, 2013; Wu, Lin, & Hsu, 2007). En su investigación Bollen (2005) menciona las dimensiones del capital humano, capital estructural y capital del consumidor. Por otra parte, Reed, Lubatkin, & Srinivasan (2006) mencionan otras tres dimensiones, las cuales son el capital humano, el capital organizacional y el capital social.

Existen otros autores como Yang y Lin (2009), mencionan como dimensiones del capital intelectual, el capital humano, el capital relacional y el capital organizacional. Sin embargo Carmona-Lavado, Cuevas-Rodríguez, y Cabello-Medina (2010), mencionan solo dos dimensiones las cuales son el capital organizacional y el social. Finalmente Cabello-Medina et al. (2011) mencionan en su trabajo nuevamente solo dos dimensiones, el capital humano y el capital social.

Habiendo entonces revisado y analizado la literatura existente referente al capital intelectual y sus dimensiones, podemos encontrarnos con que la mayoría de los indicadores que se utilizan generalmente para llevar a cabo la medición de esta variable, están divididos en tres dimensiones, estas son el capital estructural, capital relacional y capital humano (Cabrita & Bontis, 2008; Geovany et al., 2015; Jardon & Susana Martos, 2012; Mention & Bontis, 2013). Para efectos de esta investigación, se utilizará el capital humano, el cual se explica en seguida.

2.2.2 Capital humano

Según Kianto, Sáenz, y Aramburu (2017) el capital humano puede ser medido por medio de sus distintos atributos como lo son los conocimientos, las experiencias del personal, el compromiso y la motivación. Por otro lado, el capital humano también puede ser conformado por habilidades, ideas e información como lo marcan en su trabajo Wright y McMahan (2011).

En su trabajo de investigación, Lillo, Ramón, y Sevilla (2007) mencionan dos tipos de capital humano, el innato y el adquirido; el capital humano adquirido engloba la educación tanto formal como

informal de los individuos, y el capital humano innato, que es aquel capital conformado por medio de las aptitudes tanto físicas como intelectuales del personal.

Podemos encontrar que de las dimensiones que se mencionan más en el capital intelectual es el capital humano, ya que es considerado el más importante del capital intelectual, pues es el encargado de llevar a cabo las actividades de la empresa. Así mismo, el capital humano es caracterizado por englobar ciertas virtudes que pueden en un momento dado ayudar a la empresa a obtener un buen desempeño (Díaz-Fernández, González-Rodríguez, & Simonetti, 2015).

En el capital humano se engloban ciertos atributos como lo son el conocimiento, las experiencias, la creatividad, la motivación y la competencia del personal de la empresa, para efectos de esta investigación se tomará la competencia del capital humano como variable independiente. Debido a lo anterior, los aspectos del capital humano pueden generar una mejoría en el desempeño de mercado de las empresas del sector comercial, con base a esto, se presenta la siguiente hipótesis:

H1: La competencia del capital humano se asocia positiva y significativamente con el desempeño de mercado en las empresas comerciales de la ciudad de Tampico del Estado de Tamaulipas.

3. METODOLOGÍA

El estudio corresponde a un enfoque cuantitativo, porque se utilizó la recolección de datos numéricos para así poder probar la hipótesis anteriormente planteada, con base en la medición y el análisis estadístico de la información recaudada gracias al instrumento. Con la finalidad de identificar la relación existente entre las variables, de acuerdo a la creación de un cuestionario como instrumento de recolección de datos que nos ayudará a obtener los datos primarios en las empresas del sector comercio de la ciudad de Tampico en el estado de Tamaulipas.

La misma investigación se manejó con un alcance exploratorio descriptivo-correlacional, que según Hernández-Sampieri, Fernández Collado, y Baptista Lucio (2014) tiene como objetivo el explicar un fenómeno y conocer en qué condiciones se puede presentar o porque se relacionan una o más variables.

Se trata de una investigación no experimental, ya que como su nombre lo dice, no se estimuló ni se experimentó con ninguna de las variables, sino que se basó en la simple observación de los fenómenos como tal y su medición por medio de un cuestionario previamente validado, para después ser analizados e identificar relaciones entre las variables.

Según Cortés e Iglesias (2004) una investigación transaccional o transversal es aquella que es llevada a cabo en un solo momento histórico, único en el tiempo. Es por esto que esta investigación tendrá un diseño transversal, ya que, como lo dice el autor se llevó a cabo en un tiempo específico y no en varios momentos. En este caso el tiempo estimado para dicha recolección será entre los meses marzo, abril y mayo del año 2018, ya que como se mencionó anteriormente, los datos serán obtenidos en la zona conurbada del estado, y por limitantes de distancias sería imposible hacer la recolección de los datos en menos tiempo.

En cuanto a la recolección de datos, se utilizaron únicamente datos primarios, que es la información que se recolectó gracias al instrumento, que en este caso se trata de un cuestionario compuesto por 17 ítems. Por último, esta investigación se realizará en una sola etapa, ya que cuenta con un solo diseño metodológico. El cuestionario está dirigido a los dueños o gerentes de las empresas encuestadas.

Los datos recopilados en el cuestionario fueron tratados a través del Software IBM SPSS versión 24, llevándose a cabo primeramente una identificación de datos ausentes, no obteniendo ningún dato ausente en lo que respecta a la competencia del capital humano, sin embargo, se encontraron 2 datos perdidos los que se procedió a sustituir manualmente teniendo en cuenta los patrones de respuesta de las personas.

Posteriormente se identificaron los datos atípicos con respecto al patrón de respuestas de los encuestados para ambas variables. De igual manera se realizó un análisis de asimetría y curtosis para los ítems de ambas variables. Con el fin de determinar si los datos que se recolectaron son de utilidad y están en condiciones de trabajar con ellos se realizó una prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov para todos los ítems.

Se procedió a determinar el grado de fiabilidad de las variables, es decir, el grado de consistencia que existe entre las múltiples medidas de una variable, esto a través del Alfa de *Cronbach*. Con lo cual se procedió a realizar un análisis factorial a través del método de extracción de máxima verosimilitud y un método de rotación varimax con normalización Kaiser, y posteriormente se realizó una prueba de KMO y Bartlett para la variable de competencia del capital humano y para el desempeño de mercado. Además, se llevó a cabo una un análisis de correlación de variables (*con el coeficiente Rho de Spearman*).

4. RESULTADOS

4.1 Descriptivos de directivos encuestados

De un total de 237 empresas que resultaron de la muestra, fueron aplicados 120 cuestionarios, de los cuales solo se alcanzaron a rescatar 116, ya que cuatro de ellos presentaron

ineficiencias, ya que dos de ellos fueron aplicados a empresas del sector servicios, y los dos restantes fueron contestados en empresas iguales. Del total de personas encuestadas, el 44% de ellos eran hombres y el 56% restante mujeres. De ese 100% de las personas encuestadas, el 2.6% de ellas cuentan con un nivel de escolaridad de secundaria, seguidos del 21% que cuentan con solo la preparatoria terminada. Mientras que el 70 y el 5% cuentan con licenciatura y posgrado, respectivamente.

Otra de las preguntas para conocer los datos generales de las personas encuestadas fue su puesto dentro de la empresa. Como se mencionó en el apartado de metodología, el instrumento está diseñado para ser contestado por el gerente, administrador o dueño de la empresa. El 9.5% de los cuestionarios fueron contestados por el dueño, el 3% por el gerente financiero, mientras que casi el 52% o sea más de la mitad fueron contestados por el gerente general y el 35% por el gerente de operaciones.

Por último, la antigüedad en el puesto fue otra de las preguntas en la sección de datos generales del cuestionario. De un total de 116 personas, la gran mayoría tenían de 0 a 5 años en su actual puesto, 25 de seis a diez años, mientras que 8 personas tenían de 11 a 15 años, y por último 4 y 6 personas, de 16 a 20 años, y más de 20 años, respectivamente.

4.2 Identificación de estructura subyacente del capital humano

Las pruebas de normalidad nos ayudan a ver si los datos que se recolectaron son de utilidad y están en condiciones de trabajar con ellos. Se realizaron diferentes pruebas de normalidad en los datos, dentro de los cuales están la asimetría y curtosis de los ítems que miden las variables, es importante mencionar que los valores aceptados para dichos conceptos son aquellos que oscilan entre -1.6 y +1.6. En la variable competencia del capital humano, todos los ítems cumplen con dicho estándar. De igual manera podemos ver que la normalidad de los datos es la correcta, ya que, en el caso de esta variable, sig. es igual a cero en todos los ítems.

Por otra parte, se hizo un análisis factorial de la variable competencia del capital humano, en el cual, se arrojaron dos factores, cada uno con cuatro y tres ítems respectivamente. A continuación se muestra la tabla 1 donde se muestran los resultados obtenidos de dicho análisis realizado a través del método de extracción de máxima verosimilitud y de rotación varimax con normalización Kaiser. Cabe mencionar que la carga factorial requerida para la muestra de 116 cuestionarios es de .550 como mínimo.

Tabla 1
Matriz de factor rotado de Competencia del CH

	Factor	
	COMP 1	COMP 2

CH1	0.088	0.631
CH2	0.203	0.727
CH3	0.758	0.305
CH4	0.580	0.387
CH5	0.353	0.199
CH6	0.423	0.373
CH8	0.163	0.338
CH9	0.441	0.583
CH10	0.779	0.084
CH11	0.634	0.163

La identificación de los ítems mencionados se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 2
Ítems utilizados en la variable competencia del capital humano

Ítem	Significado
CH1	Nuestro personal aprende continuamente de otros
CH2	Nuestro personal es capaz de participar en los programas de flexibilidad laboral (rotación del puesto, enriquecimiento del puesto, etc.)
CH3	Nuestro personal es muy profesional
CH4	Nuestro personal cuenta con las competencias necesarias para el puesto
CH5	Nuestro personal proviene de las Mejores instituciones educativas del país
CH6	Nuestro personal es capaz de desarrollar nuevas ideas y conocimiento
CH8	Nuestro personal hace frente a las dificultades con eficiencia
CH9	Nuestro personal se centra en ofrecer un servicio de calidad
CH10	Nuestro personal tiene un bajo índice de rotación
CH11	Nuestro personal colabora entre sí para resolver problemas y desarrollar soluciones de negociación

4.3 Identificación de estructura subyacente del desempeño de mercado

De igual manera se realizó la prueba de asimetría y curtosis correspondiente a su variable de desempeño de mercado, cuyos valores cumplen de también con el rango de aceptación, con la excepción del ítem número 13, que sobre pasa el valor aceptado dentro de la curtosis, dicho ítem fue eliminado. De la misma manera pasa con la variable del desempeño de mercado, que muestra una buena normalidad al tener un valor de cero en todos sus ítems en las pruebas de Kolmogorov y Shapiro-Wilk.

A continuación en la tabla 2 se muestran los resultados del análisis factorial de la variable de desempeño del mercado, realizado a través del método de extracción de máxima verosimilitud y método de rotación varimax con normalización Kaiser. De igual manera, la carga factorial requerida para la muestra de 116 cuestionarios es de .550 como mínimo, de esta forma se identificaron 6 ítems que sí cumplieron con la carga requerida, eliminando así únicamente el ítem número 11.

Tabla 3

Matriz factorial del DM (desempeño del mercado)

	Factor
	DM
DM8	0.612
DM9	0.559
DM10	0.748
DM11	0.508
DM12	0.696
DM13	0.614
DM14	0.722

Tabla 4

Ítems utilizados en la variable desempeño de mercado

Ítem	Significado
DM8	Tasa de éxito en el lanzamiento de nuevos productos o servicios
DM9	Satisfacción del cliente con los productos o servicios
DM10	Valor añadido en los productos y servicios
DM11	Valoración de la imagen de la empresa y de sus productos o servicios
DM12	Adaptación de la empresa a las necesidades de los mercados
DM13	Respuesta rápida de la organización ante competidores
DM14	Participación en la cuota de mercado

4.4 Estudio de correlación de la competencia del capital humano y el desempeño de mercado

Al efectuar el análisis de correlación de variables se obtuvo que existe una asociación positiva y significativa entre los dos factores de la competencia del capital humano con la variable de desempeño de mercado en empresas del sector comercial.

Tabla 5

Nivel de asociación entre los factores del capital humano y el desempeño de mercado

Correlaciones					
		COMP 1	COMP 2	DM	
Rho de Spearman	COMP 1	Coefficiente de correlación	1.000	.219*	.400**
		Sig. (bilateral)		0.018	0.000
		N	116	116	114
	COMP 2	Coefficiente de correlación	.219*	1.000	.450**
		Sig. (bilateral)	0.018		0.000
		N	116	116	114
	DM	Coefficiente de correlación	.400**	.450**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	0.000	
		N	114	114	114

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

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

Fuente: Elaboración propia

En donde:

DM es equivalente al desempeño de mercado

COMP1 es equivalente a los ítems CH3, CH4, CH10 y CH11, que hacen referencia al comportamiento profesional y la colaboración entre los empleados.

COMP2 es equivalente a los ítems CH1, CH2 y CH9, que hacen referencia al aprendizaje continuo y la calidad otorgada hacia el cliente en el servicio.

5. REFLEXIONES

Con lo anterior, y gracias a la revisión de la literatura previa, podemos definir que existe una clara y significativa relación entre las variables en esta investigación. Como lo han dicho ya varios autores, la Competencia del capital humano impacta al Desempeño de mercado de una manera significativa.

Como se dijo en el apartado de la metodología, la población total a la cual estaba dirigida esta investigación era de un poco más de 600 empresas del sector comercial de Tamaulipas, y aunque la muestra arrojó una cifra de 238 empresas, por limitantes económicos y de tiempo, solo fue posible la aplicación de 120 cuestionarios de los cuales solo 116 fueron válidos al momento de analizar los datos.

Los resultados de las pruebas como asimetría y curtosis, normalidad, fiabilidad, datos atípicos y análisis factorial, dieron valores aptos para realizar las técnicas de correlación y regresión lineal, que fueron en las que se encontró finalmente la relación entre ambas variables. Un punto importante a mencionar es que, estos resultados son parciales, ya que se espera poder más alcance en un futuro en cuanto a empresas del sector comercio, a fin de poder acercarse más al total de la muestra. Por otro lado cabe mencionar que el cuestionario previamente validado, es un instrumento que está diseñado para su aplicación a empresas medianas y grandes, y en esta investigación la mayoría de las empresas encuestadas fueron pequeñas, lo cual es otro factor a analizar al momento de generalizar los resultados.

REFERENCIAS

- Bañuls, A. L., Belén, A., & Rodríguez, R. (2007). EL CAPITAL HUMANO COMO FACTOR ESTRATÉGICO PARA LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO, 47–69.
- Benzaquen, J., Del Carpio, L. A., Zegarra, L. A., & Valdivia, C. A. (2010). Un Índice Regional de Competitividad para un país. *Revista de La CEPAL*, 102(102), 69–86. Retrieved from <http://archivo.cepal.org/pdfs/revistaCepal/Sp/102069086.pdf>
- Cabello-Medina, C., López-Cabrales, Á., & Valle-Cabrera, R. (2011). Leveraging the innovative performance of human capital through HRM and social capital in Spanish firms. *International Journal of Human Resource Management*, 22(4), 807–828. <https://doi.org/10.1080/09585192.2011.555125>
- Cabrera, M. D. R., & Bontis, N. (2008). Intellectual capital and business performance in the Portuguese banking industry. *International Journal of Technology Management*, 43(1/2/3), 212. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2008.019416>
- Calix, C. G., Vigier, H. P., & Briozzo, A. E. (2015). Capital intelectual y otros determinantes de la ventaja competitiva en empresas exportadoras de la zona norte de Honduras. *Suma de Negocios*, 6(14), 130–137. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.10.005>
- Cardona, J., & Calderon, G. (2006). El impacto del aprendizaje en el rendimiento de las organizaciones. *Cuadernos de Administración*, 19(32), 11–43. Retrieved from <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v19n32/v19n32a02.pdf>
- Carmona-Lavado, A., Cuevas-Rodríguez, G., & Cabello-Medina, C. (2010). Social and organizational capital: Building the context for innovation. *Industrial Marketing Management*, 39(4), 681–690. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2009.09.003>
- Díaz-Fernández, M. C., González-Rodríguez, M. R., & Simonetti, B. (2015). Top management team's intellectual capital and firm performance. *European Management Journal*, 33(5), 322–331. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.03.004>
- Doyle, P. (2000). Valuing Marketing's. *European Management Journal*, 18(3), 233–245. [https://doi.org/10.1016/S0263-2373\(00\)00006-2](https://doi.org/10.1016/S0263-2373(00)00006-2)
- Edvinsson, L., & Sullivan, P. (1996). Developing a model for managing intellectual capital. *European Management Journal*, 14(4), 356–364. [https://doi.org/10.1016/0263-2373\(96\)00022-9](https://doi.org/10.1016/0263-2373(96)00022-9)
- Geovany, C., Vigier, H. P., & Briozzo, A. E. (2015). Capital intelectual y otros determinantes de la ventaja competitiva en empresas exportadoras de la zona norte de Honduras. *Suma de Negocios*. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.10.005>

- Gharakhani, D., & Mousakhani, M. (2012). Knowledge management capabilities and SMEs' organizational performance. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 4(1), 35–49. <https://doi.org/10.1108/17561391211200920>
- Gopalakrishnan, S. (2000). Unravelling the links between dimensions of innovation and organizational performance. *The Journal of High Technology Management Research*, 28(1), 109–119.
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). Effects of innovation types on firm performance. *International Journal of Production Economics*, 133(2), 662–676. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.05.014>
- Hagedoorn, J., & Cloudt, M. (2003). Measuring innovative performance: Is there an advantage in using multiple indicators? *Research Policy*, 32(8), 1365–1379. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(02\)00137-3](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(02)00137-3)
- Hansen, G. S., & Wernerfelt, B. (1989). Determinants of firm performance: The relative importance of economic and organizational factors. *Strategic Management Journal*, 10(5), 399–411. <https://doi.org/10.1002/smj.4250100502>
- Hendrayati, H., & Gaffar, V. (2016). Innovation and Marketing Performance of Womenpreneur in Fashion Industry in Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 299–306. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.04.034>
- Ho, L. (2008). What affects organizational performance? *Industrial Management & Data Systems*, 108(9), 1234–1254. <https://doi.org/10.1108/02635570810914919>
- Jarad, I., Yusof, M., & Shafiei, M. (2008). The organizational performance of housing developers in Peninsular Malaysia. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/MRR-09-2015-0216>
- Jardon, C. M., & Susana Martos, M. (2012). Intellectual capital as competitive advantage in emerging clusters in Latin America. *Journal of Intellectual Capital*, 13(4), 462–481. <https://doi.org/10.1108/14691931211276098>
- Kianto, A., Sáenz, J., & Aramburu, N. (2017). Knowledge-based human resource management practices, intellectual capital and innovation. *Journal of Business Research*, 81(July), 11–20. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.07.018>
- McGivern, M. H., & Tvorik, S. J. (1997). Determinants of organizational performance. *Management Decision*, 35(6), 417–435. <https://doi.org/10.1108/00251749710173797>
- Mention, A., & Bontis, N. (2013). Intellectual capital and performance within the banking sector of Luxembourg and Belgium. *Journal of Intellectual Capital*, 14(2), 286–309. <https://doi.org/10.1108/14691931311323896>
- Pérez, J., & Cortés, J. A. (2009). Medición y validación del desempeño organizacional como resultado de acciones de aprendizaje. *Revista Ciencias Estratégicas. Revista Ciencias Estratégicas*, 17(22), 251–271.
- Pino, C., Felzensztein, C., Zwerg-Villegas, A. M., & Arias-Bolzmann, L. (2016). Non-technological innovations: Market performance of exporting firms in South America. *Journal of Business Research*, 69(10), 4385–4393. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.03.061>
- Porporato, M. (2015). Contabilidad de gestión para controlar o coordinar en entornos turbulentos: Su impacto en el desempeño organizacional. *Contaduría y Administración*, 60(3), 511–534. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.02.002>
- Reed, K. K., Lubatkin, M., & Srinivasan, N. (2006). Proposing and testing an intellectual capital-based view of the firm. *Journal of Management Studies*, 43(4), 867–893. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00614.x>
- Sarur, M. S. (2013). La importancia del capital intelectual en las Organizaciones. *Ciencia Administrativa Año*, (1), 39–45.
- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of Business Performance in Strategy Research: A Comparison of

Approaches. *Academy of Management Review*, 11(4), 801–814. <https://doi.org/10.5465/AMR.1986.4283976>

Walker, R. H., Slater, R., Callaghan, B., Smyrnios, K., & Johnson, L. W. (2004). Measuring marketing performance against the backdrop of intra-organisational change. *Marketing Intelligence & Planning*, 22(1), 59–65. <https://doi.org/10.1108/02634500410516913>

Wright, P. M., & McMahan, G. C. (2011). Exploring human capital: Putting “human” back into strategic human resource management. *Human Resource Management Journal*, 21(2), 93–104. <https://doi.org/10.1111/j.1748-8583.2010.00165.x>

Wu, J. N., Zhong, W. J., & Mei, S. E. (2011). Application capability of e-business, e-business success, and organizational performance: Empirical evidence from China. *Technological Forecasting and Social Change*, 78(8), 1412–1425. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2011.03.023>

Wu, S. H., Lin, L. Y., & Hsu, M. Y. (2007). Intellectual capital, dynamic capabilities and innovative performance of organisations. *International Journal of Technology Management*, 39(3/4), 279. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2007.013496>

Yamakawa, P., & Ostos, J. (2011). Relación entre innovación organizacional y desempeño organizacional Relationship between innovation and organizational performance in an emergent market desempenho organizacional, (21), 93–115.

Yang, C. C., & Lin, C. Y. Y. (2009). Does intellectual capital mediate the relationship between HRM and organizational performance? Perspective of a healthcare industry in Taiwan. *International Journal of Human Resource Management*, 20(9), 1965–1984. <https://doi.org/10.1080/09585190903142415>