

LA RELACIÓN DE LA COLABORACIÓN HUMANA Y EL DESEMPEÑO DE MERCADO EN LA ZONA CONURBADA DE TAMAULIPAS

NORMA SELENA CANTU RODRIGUEZ*

IDOLINA BERNAL GONZÁLEZ**

NORMA ANGÉLICA PEDRAZA MELO***

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo determinar la relación entre el componente de colaboración humana y los factores del desempeño de mercado en empresas comerciales de la zona conurbada del estado de Tamaulipas. La metodología para el estudio se realiza bajo un enfoque cuantitativo mediante la aplicación de cuestionarios, el alcance es explicativo, de diseño no experimental y recurriendo al análisis de información de tipo transversal, tomando para tal efecto como sujetos de análisis a personal directivo de las pequeñas, medianas y grandes empresas pertenecientes al sector. Como técnicas estadísticas para el tratamiento de los datos se recurre al análisis factorial a fin de determinar la validez del cuestionario, así mismo se utiliza la estadística descriptiva mediante la cual se analiza las principales características de la muestra de estudio, así como la técnica de correlación y regresión lineal a través de las cuales se logra identificar la relación que existe entre las dos variables de investigación.

Palabras clave: Capital intelectual, Capital Humano, Colaboración Humana, Desempeño organizacional, Desempeño de Mercado.

Abstract

The objective of this research is to determine the relationship between the human collaboration component and market performance factors in commercial companies in the conurbation zone of the state of Tamaulipas. The methodology for the study is carried out under a quantitative approach through the application of questionnaires, the scope is explanatory, non-experimental design and resorting to the analysis of cross-sectional information, taking for this purpose as subjects of analysis to the management staff of the small, medium and large companies belonging to the sector. As statistical techniques for the treatment of the data, factor analysis is used to determine the validity of the questionnaire, and descriptive statistics are used to analyze the main characteristics of the study sample, as well as the correlation technique, and linear regression through which it is possible to identify the relationship that exists between the two research variables.

*Estudiante de Maestría en Dirección Empresarial con énfasis en Administración Estratégica en la Universidad Autónoma de Tamaulipas. Correo electrónico: selcantu18@gmail.com

** Doctora en Ciencias Administrativas. Profesora investigadora de la Universidad Autónoma de Tamaulipas. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel Candidato. Colaborador del Cuerpo Académico "Gestión Pública y Empresarial". Correo electrónico: ibernal@uat.edu.mx

***Doctora en Administración por la Universidad Autónoma de Tamaulipas. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel 1. Profesora investigadora de la Universidad Autónoma de Tamaulipas. Integrante del Cuerpo Académico Gestión Pública y Empresarial de la UAT. Correo electrónico: napedraza@uat.edu.mx

Keywords: Intellectual capital, human capital, human collaboration, organizational performance, market performance

1. Introducción

Los inversionistas se preocupan por el riesgo y el retorno de sus activos puesto que la valoración del mercado de cualquier empresa se ha basado en su flujo de efectivo por más de 40 años, siendo el Modelo de Precios de Activos de Capital un marco en el que los inversionistas han sustentado sus decisiones para decidir en qué empresa invertir. Es decir, el valor de la empresa históricamente se ha basado en los requisitos duales de los informes financieros y operacionales de la compañía.

A los contadores les ha interesado por mucho tiempo medir su capital a través de herramientas contables como los es el balance general y la tecnología de la información para codificarlo en un sistema. Con el paso del tiempo éstas técnicas de valoración se han ido perfeccionando con el fin de incrementar el rendimiento en los negocios, incluso han surgido nuevos métodos de valoración que incorporan conceptos nuevos a los ya tradicionales. Muestra de ello es que en la presente economía los negocios no solo están evaluando su rentabilidad acorde a los recursos tangibles que poseen sino también en los activos intangibles que gestionan al interior de la organización.

Por definición, los recursos tangibles son todos aquellos que aparecen un balance general, como el dinero, edificios y maquinaria, mientras que los intangibles incluye a las personas y su expertis, procesos de negocio, lealtad, entre otros componentes que no pueden verse ni tocar pero que generan valor agregado a la organización (Bontis, 1999).

De acuerdo con Eppler (2008) son los activos intangibles los que sustentan el crecimiento y progreso de los países, puesto que estos recursos fomentan el conocimiento, las competencias y habilidades del personal, mismas que son esenciales para el rendimiento empresarial y su desarrollo económico.

Si bien, el trabajo y el capital no están lejos de considerarse como factores de éxito en la organización, los recursos intangibles están atrayendo la atención de las compañías y del gobierno debido a su atractivo valor estratégico para generar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo (Arenas y Lavanderos, 2008). Es decir, los países ricos en activos intangibles son mejores en términos de riqueza a comparación de aquellos que tienen activos limitados (Eppler, 2008). Ejemplo de ello es que recientemente en los informes operativos de grandes compañías se incluye ya información de sus activos intangibles a través del llamado capital intelectual que tiene una contribución fundamental y sustancial a realizar, particularmente en el caso de aquellos modelos de negocio que no representan la cadena de valor tradicional (Burgman y Roos, 2007).

El capital intelectual es conceptualizado por De la Garza, Sánchez, y Zerón (2015) como un conjunto de activos intangibles que incluyen la toma de decisiones, los procesos, la satisfacción del cliente y

algunas cuestiones de propiedad intelectual como las marcas, patentes etc., las cuales en su conjunto provocan un valor en las empresas, siendo el conocimiento una estrategia para la misma. Inkinen, Kianto, Vanhala, y Ritala (2017) nos dice que en empresas de varios países el capital intelectual se basa en tres dimensiones, humano, estructural/organizacional y relacional/social que se interrelacionan para juntos crear un valor agregado significativo a la organización.

El primero de ellos, capital humano incluye los atributos de los empleados, su conocimiento, experiencias, compromiso y motivación. Algunos autores consideran que el capital humano es el elemento más significativo del capital intelectual, porque las empresas no pueden hacer nada sin este (Kianto et al., 2017). El capital relacional comprende el valor de las relaciones que las organizaciones sostiene con su sector externo. Además, incluye la capacidad que se tiene para mantener a los clientes y generar nuevos, el saber cómo gratificar a sus accionistas y como integrar a los proveedores en sus procesos Prado (2009). Por otro lado, Inkinen (2015) señala que el capital estructural se constituye por el conocimiento integrado en los sistemas tecnológicos de la información, los resultados de la conversión del conocimiento como, documentos, base de datos, descripciones de procesos, propiedades intelectuales de la empresa y todos los almacenes no humanos de conocimiento dentro de la empresa.

Partiendo de ello y debido a su importancia, en este estudio se analizará el capital humano, principalmente el factor de colaboración humana y los atributos que la caracterizan en la gestión de empresas tamaulipecas del sector comercial, debido al impacto y movilización que estos originan en la organización y en el desempeño de mercado en estas empresas. La finalidad es plantear un modelo de relación que permita definir el grado de interdependencia que colaboración humana y desempeño de mercado ejercen entre sí.

2. La colaboración humana y el desempeño de mercado

Desde diferentes perspectivas, el capital humano es considerado la esencia de valor en el desempeño de las organizaciones. Su importancia reside en la capacidad que tienen las personas para innovar procesos de trabajo, hacer más efectivas la toma de decisiones, desarrollar planes de acción estratégicos y coordinar esfuerzos para el cumplimiento de objetivos.

Prado (2009) argumenta que el capital humano es un compuesto de conocimientos y/o experiencias que concibe cada uno de los miembros de la compañía y que genera valor para el desarrollo de sus actividades. Según las investigaciones realizadas, el capital humano para su evaluación se conforma principalmente de tres categorías como lo es la colaboración, la creatividad y las competencias.

Al referirse a las competencias se hace alusión a la capacidad que tienen las personas para responder efectivamente a las exigencias del trabajo, según su aprendizaje y habilidades adquiridas,

mientras que la creatividad responde al potencial de los empleados para generar nuevas ideas y conocimientos en beneficio de la organización, en tanto que la colaboración humana refleja los lazos de compañerismo y confianza que tienen los integrantes de la institución para trabajar en equipo, compartir recursos, resolver problemas en colaboración y mantener una buena comunicación con los directivos de la compañía.

Particularmente en lo que respecta a la colaboración humana, Lillo et al. (2007) considera que esta dimensión es de suma importancia pues los empleados que trabajan bajo este indicador traen mejores resultados para la organización. Así mismo, Coff y Kryscynski (2011) afirman que la colaboración es el factor más significativo de competitividad en las empresas, el cual influye positivamente en el desempeño de la misma.

Phusavat, Comepa, Sitko-Lutek, y Ooi (2011) nos dicen que las colaboraciones hacen que el desarrollo del trabajador trascienda la reflexión personal e idiosincrásica hasta un punto en que los empleados pueden aprender unos de otros, poner en común sus habilidades y destrezas y desarrollarlas juntos. Es decir, la colaboración es una estrategia positiva, deseable, incluso necesaria para conseguir mejores resultados en las organizaciones (Teixeira y Queirós, 2016) pues fomenta entre los empleados la disposición a experimentar y correr riesgos, y con ello el compromiso para un perfeccionamiento continuo (Felicio, Couto, y Caiado, 2014).

Por lo anterior, enfocar la atención en evaluar el grado de colaboración humana al interior de las entidades productivas representa una importante área de oportunidad para coadyuvar la competitividad de las mismas, bajo la perspectiva de pensamiento de que la colaboración humana impacta significativamente en el desempeño organizacional de toda institución.

Al respecto es importante mencionar que el desempeño organizacional es un concepto que engloba diversos factores y es la colaboración humana uno de los eslabones principales que de acuerdo con la literatura, mide el desarrollo y cumplimiento de los objetivos para lograrlo, por ello el interés de estudiar la relación de estos factores en empresas pequeñas, medianas y grandes en el sector comercio de Tamaulipas, a fin de contrastar los resultados aquí obtenidos con lo estipulado en la literatura de investigaciones previas realizadas.

Al analizar el desempeño organizacional se toman en cuenta tanto activos tangibles como intangibles, que incluyen desde los recursos financieros y materiales hasta el capital humano y su efectividad, a fin de asegurar que este sea beneficioso a la institución (Lee & Sukoco, 2007). Es por ello que el estado de arte plantea que para la evaluación del desempeño organizacional es necesario contemplar tres factores básicos en los que indudablemente la colaboración humana representa el punto de partida para su consecución, siendo éstos el desempeño financiero, desempeño operativo

y desempeño de mercado de la empresa (Delaney y Huselid, 1996; Venkatraman y Ramanujam, 1986).

Recaudar información acerca de estas medidas objetivas del desempeño organizacional, en conjunto coadyuvan a ponderar el rendimiento de la institución y establecen la pauta respecto a su funcionamiento. Sin embargo, puede provocar cierta omisión de los datos sensibles, puesto que no existe conceso generalizado para su clasificación, dadas las posibles implicaciones competitivas de revelar la información.

Dicho en otras palabras, obtener información financiera de la organización no resulta ser tarea fácil por la naturaleza y complejidad de los datos a analizar. Mientras que el desempeño de mercado medido principalmente por la satisfacción del consumidor ha sobresalido como un factor de suma importancia y facilidad en su medición por no comprometer los secretos profesionales de la institución, puesto que el desempeño de mercado refiere al desenvolvimiento del mercado en la magnitud en que la empresa logre ser exitosa en sus mercados existentes o futuros, así como en los negocios productos (Kandemir et al., 2006).

Por ello y con el fin de tener un panorama del desempeño de las empresas analizadas en esta investigación, la atención del estudio se centra en el análisis del desempeño de mercado, debido al acceso de información requerida para su análisis, a fin de relacionar el efecto que la colaboración humana tiene sobre este desempeño de mercado.

3. Metodología

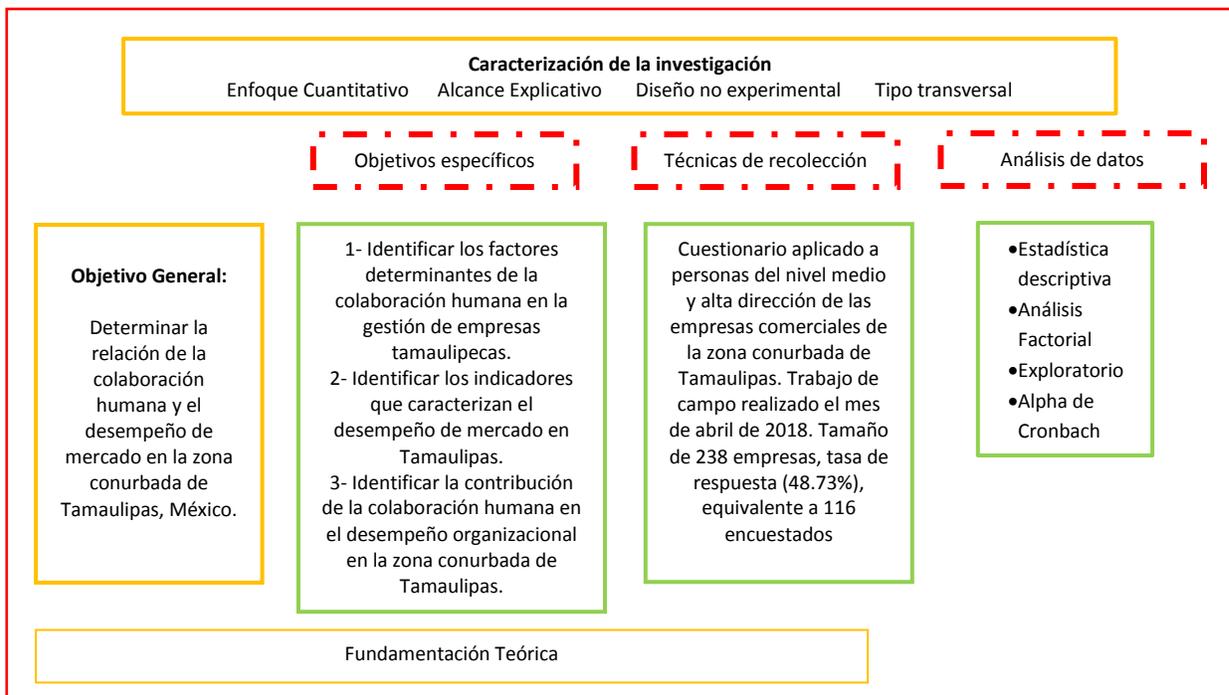
3.1. Diseño de la investigación

La investigación tiene como objetivo determinar la relación que existe entre la colaboración humana y el desempeño de mercado en las empresas del sector comercio de la zona conurbada de Tamaulipas. Es por ello, que se realiza una investigación de enfoque cuantitativo porque de acuerdo con Hernandez, Fernández y Baptista (2006) para probar hipótesis es necesaria la recolección de datos, con base en la evaluación numérica y el análisis estadístico, estableciendo patrones de comportamiento y probar teorías.

En este estudio se tiene como unidad de análisis a las pequeñas, medianas y grandes empresas del sector comercial de la zona conurbada de Tamaulipas y teniendo como sujetos de estudio a los de nivel medio y alta dirección, lo anterior debido a la naturaleza del estudio donde se requiere información acerca del desempeño de mercado que presentan las organizaciones estudiadas, siendo solo el personal directivo quien pudiera tener el acceso a esta información, representando por tal motivo los sujetos claves para la recolección de datos.

El alcance será explicativo ya que el principal interés se encausa en explicar por qué acontece un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta. Debido a que no se pretende manipular ninguna de las variables para su análisis, sino, solo observarlas tal como se dan en su contexto natural, es decir, situaciones ya existentes y en cual la recolección de datos será en un solo momento, un tiempo único, el diseño no experimental/transaccional es el más adecuado para esta investigación.

Figura 1. Diseño metodológico de la investigación



Fuente: Elaboración propia

3.2 Población de estudio y tamaño de la muestra

Para esta investigación los sujetos clave de la información son los gerentes de las empresas pequeñas, medianas y grandes del sector comercial en la zona conurbada de Tamaulipas, México. La Secretaría de Economía (SE, 2010) establece dos criterios para categorizar a las empresas, se puede determinar por el número de empleados o por el nivel de ventas anuales. Para efectos de esta investigación se categorizan bajo el criterio del número de empleados ya que por situaciones de inseguridad que existe en el Estado, resulta complicado que la gerencia proporcione los datos relacionados con el total de ventas netas anuales e ingresos que se necesitan para establecer el segundo criterio de categorización. Por lo que aplicando este criterio se le considerará pequeñas a las que tengan de 11 a 50 empleados, medianas a las de 51 a 250 y las grandes de 251 o más.

Con el propósito de definir el número de compañías que podían ser consideradas parte de esta investigación, se decidió observar los Censos Económicos de estratificación de los establecimientos

de la pequeña, mediana y grande empresa presentados por el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE, 2017). Se analizaron los datos de esta instancia porque el DENUE realiza diversos proyectos para el levantamiento de la información a diferencia del Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) que, aunque se fundamenta en el artículo 30 de la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, los comerciantes se registran de una manera voluntaria lo que deja una incertidumbre de que no todos cumplan con esta obligación.

El Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), ofrece los datos de identificación, ubicación, actividad económica y tamaño de los negocios activos en el territorio nacional, actualizados. En la tabla 1 se puede observar los datos necesarios de la población de empresas a considerar.

Tabla 1. Unidades económicas del sector comercio en la zona conurbada por municipio 2017

Municipios	Comercio al por mayor	Pequeña	Mediana	Grande	Comercio al por menor	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Altamira	60	42	15	3	81	66	15	0	141
Cd.	24	20	3	1	102	92	10	0	126
Madero									
Tampico	109	95	12	2	317	260	55	2	426
Zona conurbada	193				500				693

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DENUE (2017)

De acuerdo con la información anterior se puede identificar que en la zona conurbada de Tamaulipas se cuenta con 693 establecimientos comerciales pequeños, medianos y grandes del sector comercio al por mayor y menor, por lo que este dato representará la población de empresas a considerar. Para la determinación del tamaño de la muestra, se aplicó la fórmula de muestras finitas que presenta (Pedraza, Lavín, Delgado, y Bernal, 2015) tomando una base de nivel de confianza del 95% y un error del 5%. A continuación, se puede observar que se determina una muestra de 237.3880464 que para efectos de esta investigación se contemplaran 237.

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n= Tamaño de muestra

N= Tamaño de la población

Z= Valor de la distribución normal

p= Prevalencia esperada del parámetro a evaluar

q= (1-p)

i= Error esperado, por lo que el error de la muestra resulta como sigue:

$$n = \frac{(1.96)^2(693)(0,5)(0,5)}{0,05^2(693-1)+(1.96)^2(0,5)(0,5)} = \frac{638.6688}{2.6904} = 237.3880464$$

En la inmersión en el trabajo de campo, se estableció contacto la última semana del mes de marzo y la primera del mes de abril del 2018 con las empresas por medio de llamadas telefónicas y correos electrónicos. Posteriormente se acudió personalmente a las empresas para la aplicación del instrumento piloto, teniendo como resultado la aplicación de 120 encuestas de las cuales solo 116 fueron validadas, teniendo así una tasa de respuesta del 48.73% del total de la muestra. Los cuatro cuestionarios que se descartaron son: el 10, 57, 59 y 100, esto porque no cumplían con los parámetros y/o estándares que se requerían.

3.3 Técnicas de tratamiento estadístico

Para identificar la estructura oculta de la relación de la colaboración humana y el desempeño de mercado en empresas comerciales de la zona conurbada de Tamaulipas, se utilizó la técnica Análisis Factorial Exploratorio (AFE) por el método de componentes principales y rotación Varimax para en primera instancia validar la conformación de las variables de estudio, posteriormente se aplicó el método de correlación simple con la finalidad de determinar el nivel de relación entre los factores analizados (colaboración humana y desempeño de mercado (Hair, Anderson, Tatharn, y Black, 1999).

En primera instancia y para saber si era prudente realizar el análisis factorial se realizaron y analizaron como lo recomienda Dziuban y Shirkey (1974) los test de la prueba de esfericidad de Bartlett y el test de Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) pues son técnicas apropiadas para explicar el comportamiento de las variables incluidas en el estudio. La prueba de Bartlett comprueba que la matriz de correlaciones se ajuste a la matriz identidad, aquí lo que se tiene que cuidar es que la significancia de p valores sea menor a .05. Por otro lado, el KMO busca que el índice no sea menor de .05 pues se considera inaceptable. Para llevar a cabo estas técnicas se utilizó la versión 21 del paquete estadístico SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). En este apartado se presenta una ficha técnica de la unidad de análisis que se puede apreciar en la Tabla 2.

Tabla 2. Ficha técnica de la unidad de análisis

Ámbito geográfico:	Zona conurbada de Tamaulipas
Unidad de Análisis:	Empresas pequeñas, medianas y grandes del sector comercial.

Población:	693
Muestra:	238
Pilotaje:	120 (116 validados)
Instrumento:	Cuestionario validado por Vasconcelos (2017)
Técnica de tratamiento:	Análisis factorial exploratorio, de correlación y regresión simple
Trabajo de campo:	26 de marzo – 14 de abril de 2018

Fuente: Elaboración propia

4. Resultados

En relación con el perfil de los gerentes encuestados, se determinó que de la muestra el 56% son mujeres y un 44% hombres, lo cual se puede decir que es una muestra balanceada entre los participantes. De esa muestra el 51.7% son gerentes generales y un 35.3% gerentes de operaciones y que en su mayoría no tienen más de 5 años en el puesto (62.9%). El nivel académico refleja que la mayor parte de la muestra cuentan con una licenciatura (70.7%), seguidos por estudios de preparatoria (21.6%). En cuanto a cuestiones de la empresa, la mayoría nacionales (84.5%), tienen más de 11 años en el mercado (62.9%) y el 90.5% es tiene entre 11 y 50 empleados.

De manera más específica, en relación con el puesto o cargo se puede determinar que de los 116 cuestionarios, 60 fueron aplicados a los gerentes generales de las empresas, 41 a gerentes de operaciones, 11 a los dueños y solo 4 a gerentes financieros. La mayoría de los sujetos de estudio encuestados no tienen más de 5 años en el puesto pues representan el 62.9%, solo un 21.6% tiene entre 6 y 10 años de antigüedad, el 6.9 % tiene entre 11 y 15 años, el 3.4% tiene de 16 a 20 años y un 5.2% tiene más de 20 años laborando en su mismo puesto.

De acuerdo con la nacionalidad de las empresas comerciales que forman parte del cien por ciento de la muestra, el 84.5% es decir 98 empresas son nacionales y 18 son extranjeras (15.5%). Además, 73 empresas de la muestra tienen más de 11 años en el mercado (62.9%), seguido por 23 empresas que tienen entre 1 a 5 años (19.8%).

4.1 Análisis factorial exploratorio de la variable independiente

Para realizar el Análisis Factorial Exploratorio (AFE), es importante destacar que colaboración humana, de acuerdo con la literatura, se conformó en primera instancia de cuatro ítems los cuales fueron sometidos a prueba de validez mediante el AFE a fin de confirmar la fiabilidad de su conformación.

De los resultados obtenidos (Tabla 3) se puede entender que de estos cuatro ítems solo tres conforman el factor o dimensión, pues el CH4 tiene una carga factorial muy baja de .372, no aceptable para una muestra de 116 cuestionarios. Es así que se obtuvo como resultado final un factor de colaboración humana conformado por tres ítems con un KMO de .676, una significancia positiva en la prueba de esfericidad y un único factor con autovalores superiores a la unidad; y que a su vez explica el 65.431% de la varianza.

Tabla 3. Resultados finales del AFE de colaboración humana

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		.676		
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	73.748		
	gl	3		
	Sig.	.000		
Comunalidades	Inicial	Extracción		
CH1	.259	.336		
CH2	.359	.579		
CH3	.339	.512		
Matriz de factorial y componentes principales de la varianza total explicada				
	Factor	Total	% de la varianza	% acumulado
	1	Factor 1	Factor 1	Factor 1
CH2	.761	1.960	65.341	65.341
CH3	.716			
CH1	.605			

Fuente: Elaboración propia

4.2 Análisis factorial exploratorio de la variable dependiente

Para desempeño de mercado fueron cinco los ítems que conformaron esta variable, mismo que de acuerdo con los resultados obtenidos mediante la técnica de AFE lograron conservar cargas factoriales aceptables por arriba del parámetro, explicando así un autovalor de 2.790 y explicando el 55.804% de la varianza.

En la Tabla 4 se muestran los resultados obtenidos en la cual se puede observar que se obtuvo un KMO de .840 lo que se considera meritorio y un .000 en la prueba de esfericidad de Bartlett.

Tabla 4. Resultados finales del AFE de desempeño de mercado

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		.840		
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado	154.840		
	aproximado			
	gl	10		
	Sig.	.000		
Comunalidades	Inicial	Extracción		
DM8	.322	.410		
DM9	.270	.339		
DM10	.406	.539		
DM12	.365	.473		
DMSMEAN(DM14)	.375	.487		
Matriz de factorial y componentes principales de la varianza total explicada				
	Factor	Total	% de la varianza	% acumulado
	1	Factor 1	Factor 1	Factor 1
DM10	.734	2.790	55.804	55.804
DMSMEAN(DM14)	.698			
DM12	.688			
DM8	.641			
DM9	.582			

Fuente: Elaboración propia

4.3 Correlación de las variables

Para medir el grado de relación que existe entre la variable colaboración humana y la variable desempeño de mercado, se efectuó el coeficiente de correlación el cual se puede apreciar en la Tabla 5. El proceso fue algo muy simple, pues no se contaba con dos o más variables independientes para poder detectar si se contaba con multicolinealidad o no, es decir si las variables independientes se relacionaban entre sí. Mediante este análisis se puede decir que existe una correlación positiva y significativa entre ambas variables.

Tabla 5. Correlaciones

		Desempeño	Colaboración
Rho de Spearman	Desempeño	Coeficiente	1.000
		de	
		correlación	.255**
		Sig.	.006
		(bilateral)	
		N	116
	Colaboración	Coeficiente	.255**
		de	
		correlación	1.000
		Sig.	.006
		(bilateral)	
		N	116

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

Fuente: Elaboración propia

5. Reflexiones de la investigación

El objetivo principal de este trabajo es identificar la relación que existe entre la colaboración humana y el desempeño de mercado de las empresas del sector comercial de la zona conurbada de Tamaulipas. Al realizar un contraste entre la información documental recopilada y los resultados obtenidos de las técnicas de tratamiento estadístico como lo fueron el Análisis Factorial Exploratorio (AFE), la regresión lineal y la correlación se puede identificar que existe similitud entre lo expuesto en la literatura y la interpretación de los resultados aquí presentados.

Cabe destacar que debido a que los presentes resultados derivan de la prueba piloto realizada en la Cd. de Tampico, uno de los municipios pertenecientes a la zona de estudio, el porcentaje de correlación resulta ser relativamente bajo en este primer momento de estudio. No obstante, se espera mejorar el comportamiento de los datos una vez cubierta en su totalidad la muestra de estudio requerida y abarcando los otros dos municipios restantes, conforme a lo señalado en la sección de metodología.

No obstante, en este primer avance de la investigación, se puede observar que colaboración humana si produce un efecto importante sobre el desempeño de mercado, lo cual propone para las empresas analizadas el diseño de estrategias que fomenten las relaciones y trabajo en equipo al interior de su organización bajo la premisa de que el capital humano y la colaboración que entre este se fomente

generará un impacto en el desempeño que la empresa proyecte frente al mercado que conforman sus clientes, agentes de relación externa.

Referencias bibliográficas

- Arenas, T., & Lavanderos, L. (2008). Intellectual capital: object or process? *Journal of Intellectual Capital*, 9(1), 77–85. <https://doi.org/10.1108/14691930810845812>
- Bontis, N. (1999). Managing organisational knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field. *International Journal of Technology Management*, 18(5/6/7/8), 433. <https://doi.org/10.1504/IJTM.1999.002780>
- Burgman, R., & Roos, G. (2007). The importance of intellectual capital reporting: evidence and implications. *Journal of Intellectual Capital*, 8(1), 7–51. <https://doi.org/10.1108/14691930710715051>
- Coff, R., & Kriscynski, D. (2011). *Journal of Management*. <https://doi.org/10.1177/0149206310397772>
- DENUE. (2017). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Retrieved from <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>
- Dziuban, C. D., & Shirkey, E. C. (1974). WHEN IS A CORRELATION MATRIX APPROPRIATE FOR FACTOR ANALYSIS ?, 81(6), 358–361.
- Eppler, M. J. (2008). A Process-Based Classification of Knowledge Maps and Application Examples. *Knowledge and Process Management*, 15(1), 59–71. <https://doi.org/10.1002/kpm>
- Felício, J. A., Couto, E., & Caiado, J. (2014). Human capital, social capital and organizational performance. *Management Decision*, 52(2), 350–364. <https://doi.org/10.1108/MD-04-2013-0260>
- Hair, J., Anderson, E., Tatharn, R., & Black, W. C. (1999). *Análisis multivariante*. México: Prentice Hall.
- Inkinen, H. (2015). Review of empirical research on intellectual capital and firm performance. *Journal of Intellectual Capital*, 16(3), 518–565. <https://doi.org/10.1108/JIC-01-2015-0002>
- Inkinen, H., Kianto, A., Vanhala, M., & Ritala, P. (2017). Structure of intellectual capital – an international comparison. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 30(5), 1160–1183. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-11-2015-2291>
- Kianto, A., Sáenz, J., & Aramburu, N. (2017). Knowledge-based human resource management practices, intellectual capital and innovation. *Journal of Business Research*, 81(December 2016), 11–20. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.07.018>
- La, H. D. E., Almaz, G., & Zer, M. (2015). EL CAPITAL INTELECTUAL Y SU IMPORTANCIA Y MEDIANAS EMPRESAS DEL CENTRO DEL ESTADO, 6(1), 63–80.
- Lillo Bañuls, A., Ramón Rodríguez, A. B., & Sevilla Jiménez, M. (2007). El capital humano como

- factor estratégico para la competitividad del sector turístico. *Cuadernos de Turismo*, (19), 47–69. Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2316405&info=resumen&idioma=ENG>
- Manuel, J., & Prado, L. (2009). Capital intelectual: un modelo de medición en las empresas del nuevo milenio. *Criterio Libre*, 7(11), 101–121.
- Pedraza, N., Lavín, J., Delgado, G., & Bernal, I. (2015). Prácticas De Liderazgo En Empresas Comerciales En Tamaulipas (México) Leadership Practices in Commercial Business in Tamaulipas (Mexico). *Rev.Fac.Cienc.Econ*, XXIII(1), 251265. Retrieved from <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v23n1/v23n1a14.pdf>
- Phusavat, K., Comepa, N., Sitko- Lutek, A., & Ooi, K. (2011). Interrelationships between intellectual capital and performance. *Industrial Management & Data Systems*, 111(6), 810–829. <https://doi.org/10.1108/02635571111144928>
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2006). *Metodología de*. SE. (n.d.). México Emprende. Retrieved from <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/mediana-empresa>
- Teixeira, A. A. C., & Queirós, A. S. S. (2016). Economic growth, human capital and structural change: A dynamic panel data analysis. *Research Policy*, 45(8), 1636–1648. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2016.04.006>
- 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>