



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

La influencia de la estrategia empresarial en el capital intelectual y la innovación de la pequeña y mediana empresa

Jorge Antonio Rangel Magdaleno¹

*Silvia Mata Zamores**

Roberto Ezequiel Franco Zesati²

Resumen

El presente trabajo de investigación presenta un estudio empírico sobre la influencia de la estrategia empresarial en el capital intelectual y la innovación de las Pymes del Estado de Aguascalientes, México. Para lo anterior se aplicaron 389 encuestas dirigidas a los responsables de la administración de este tipo de organizaciones empresariales. Con los datos obtenidos se llevó a cabo un Análisis de Fiabilidad de cada una de las escalas utilizadas, así como un Análisis de Regresión Lineal Múltiple con la finalidad de evaluar la correlación entre las variables utilizadas. Lo anterior arroja resultados que permiten presumir una relación significativa de la estrategia empresarial con el capital intelectual, así como con la innovación de las entidades económicas sujetas a estudio.

Palabras clave: Estrategia empresarial, capital intelectual, innovación.

Abstract

This paper presents an empirical study about the influence of business strategy on intellectual capital and innovation of SMEs in the State of Aguascalientes, Mexico. For the above, 389 surveys were applied to those responsible for the administration of this type of business organizations. With the data obtained, a Reliability Analysis of each of the scales used was carried out, as well as a Multiple Linear Regression Analysis with the purpose of evaluating the correlation between the variables. This gives results that allow us to presume a significant relationship between the business strategy and the intellectual capital, as well as with the innovation of the economic entities subject to study.

Keywords: Business strategy, intellectual capital, innovation.

¹ Universidad Autónoma de Aguascalientes

² Universidad Tecnológica de Aguascalientes

Introducción

Para alcanzar los objetivos empresariales, la estrategia juega un papel determinante, influyendo directamente en el proceso de alcanzar la posición competitiva deseada en un futuro determinado. La formulación del camino a seguir por la organización empresarial debe consistir en un proceso consciente de la realidad tanto de la propia empresa hacia su interior como de su entorno en el cual se desempeña, además de analizar posibles escenarios futuros para, en la medida de lo posible, adelantarse a los cambios que se puedan presentar en el mercado y alcanzar una mejor posición competitiva. (Hitt, Ireland, y Hoskisson, 2007)

Por lo tanto, la estrategia empresarial representa un aspecto determinante también para el caso particular de las empresas de pequeño y mediano tamaño (Pyme) que, por sus características pueden encontrarse en desventaja frente a la dinámica competitiva cada vez más especializada y global. (Torres, 2009; Castillo, 2010; Aragón, 2011)

En este sentido, existen en la literatura una serie de investigaciones que abordan los recursos o factores clave en el éxito de las estrategias empresariales, permitiendo identificar cuáles son críticos y que se les confiere una mayor importancia para la competitividad y desempeño financiero de las empresas (Barney, 1991; Huck y McEwen, 1991; Pelham, 1997; 2000; Warren y Hutchinson, 2000; Rubio y Aragón, 2006). Desde hace relativamente poco, empezaron a surgir algunos estudios de este tipo pero que se enfocaron particularmente al caso de las Pymes (Hadjimanolis, 2000; Rubio y Aragón, 2002; 2006; Marroquín, 2008; FAEDPYME, 2011; Hernández, 2012), de tal manera que, aún en la actualidad no existe abundancia en estudios que consideran el papel de la estrategia empresarial como pieza fundamental en las finanzas y competitividad de las Pymes, en donde la mayoría de la literatura se enfoca principalmente en abordar este tema en grandes organizaciones (Rubio y Aragón, 2006), dejando de lado su importancia en empresas de menor tamaño. Es por esto que surge la necesidad de estudiar la importancia de la estrategia en el capital intelectual y la innovación de las Pymes de Aguascalientes, además de identificar los tipos de estrategias empresariales implementadas por los sujetos estudiados utilizando la clasificación propuesta por Miles y Snow (1978; 1986).

El desarrollo de este trabajo de investigación se basó en un enfoque cuantitativo, empírico y correlacional en el cual se mide la relación entre la estrategia empresarial con el capital intelectual y la innovación de las Pymes del Estado de Aguascalientes. Para esto, se realizó un muestreo probabilístico aleatorio simple de las Pymes del Estado arrojando una muestra de 389 entidades a

las cuales se les aplicó, durante el periodo comprendido entre agosto – diciembre de 2018, un instrumento de medición tipo encuesta dirigida a los gerentes o responsables directos de la administración de estas organizaciones.

Para la medición de los resultados, en primera instancia se realizó un Análisis de Fiabilidad considerando el coeficiente Alfa de Cronbach con el objetivo de validar la confiabilidad del modelo teórico (Nunnally y Bernstein, 1994). Además se efectuó un análisis de la varianza (ANOVA por sus siglas en inglés: Analysis of Variance) para validar si las variables dependientes de finanzas y competitividad empresarial toman valores medios significativamente distintos que los valores arrojados por la variable independiente estrategia empresarial (Uriel y Aldás, 2005). Finalmente, se aplicó la técnica estadística de Análisis de Regresión Lineal Múltiple para medir el grado de relación entre las variables estudiadas (Hernández, Fernández y Baptista, 1997). Lo anterior fue elaborado con el apoyo del programa estadístico IBM SPSS Statistics versión 21. Los resultados obtenidos permiten determinar que la estrategia empresarial tiene una relación estadísticamente significativa con el capital intelectual y la innovación de la muestra empresas estudiadas.

El resto de esta investigación está organizado como sigue; en la sección de marco contextual se presenta un acercamiento a la situación actual por la cual está pasando el objeto de estudio, haciendo hincapié en su importancia para la economía nacional y local. En la sección de revisión de la literatura se muestra literatura relevante relacionada con los constructos considerados como tema central de la investigación. En la sección de metodología se observa el diseño a través del cual se efectuó este trabajo, señalando el enfoque y tipo de investigación, así como la manera en que se operacionalizaron las variables. La sección de resultados, los datos más relevantes que arrojó el instrumento de recolección de la información. Finalmente, en la sección de conclusiones y discusión se realizan las interpretaciones correspondientes para valorar las hipótesis planteadas, así como los comentarios finales sobre los resultados obtenidos y enunciar las limitaciones y futuras líneas de investigación.

La estrategia empresarial.

La estrategia es un plan integral que involucra todos los recursos disponibles para alcanzar los objetivos básicos de la organización. Mintzberg y Quinn (1996) señalan que la estrategia busca el desarrollo de ventajas competitivas o la supervivencia de la organización incluyendo un adecuado esquema de utilización de los recursos.

Debe enfocarse en crear un comportamiento congruente, por medio de una serie de decisiones e ideología que dirija a la organización. Se trata de traducir la estrategia en términos de operaciones de modo que sea implantada correctamente, que sea un proceso continuo, acelerando el cambio por medio del liderazgo de ejecutivos y potenciando el capital intelectual de la organización.

Las estrategias (denominadas genéricas) buscan el desarrollo general de la empresa, intentando obtener una ventaja competitiva, tales como las tres propuestas por Porter (1980): Liderazgo en costo, incurrir en el menor nivel de costos en un segmento; Diferenciación, ser percibido por el mercado con un producto único; y Enfoque, centradas en una parte del mercado.

Por su parte Miles y Snow (1978) clasifican las estrategias organizacionales en cuatro amplias categorías: Defensiva: buscan protegerse de los competidores a través de una estrategia estable, segmentando y dominando el mercado a través de la eficiencia y la mejora continua de sus trabajos; Exploradora: una estrategia audaz, busca oportunidades realizando innovaciones en productos, procesos y mercados; Analizadora: busca reducir el riesgo al mínimo posible y, al mismo tiempo, obtener el máximo lucro en forma equilibrada, aplican diferentes tipos de innovación como mecanismo de obtener una posición ventajosa en el mercado; Reactivas: no tiene una estrategia establecida, reacciona tarde ante los eventos, carece usualmente de innovación.

Ambos tipos de estrategias se desarrollan de manera proactiva, buscando responder anticipadamente a escenarios de cambios o riesgos, lo que las sitúa en el plano del diseño creativo de maximizar el uso de los recursos, la innovación, el desarrollo del talento del capital humano, la mejora de los procesos internos, su eficiencia y productividad, así como orientadas a alianzas estratégicas con sus relaciones externas.

El capital intelectual

A partir de la década de los 90's ha surgido gran interés dentro de las empresas, los consultores y los investigadores por encontrar y explicar lo que genera mayor valor a las organizaciones. Ha sido referido desde sus orígenes como los activos intangibles en los resultados empresariales (Naranjo C., Rubio J., Salazar L., Robledo A., Duque J., 2013) y en los principios de la teoría del Capital intelectual como la combinación de activos inmateriales que permiten funcionar a la empresa (Brooking, 1996). Los activos intangibles o inmateriales están constituidos por el conjunto de recursos tales como los conocimientos y habilidades individuales y colectivos, competencias y la experiencia; las capacidades para aprender y adaptarse, de innovación, de investigación y

desarrollo; las relaciones con los clientes y proveedores; la cultura, la calidad de los procesos, productos y servicios; la tecnología, los sistemas de comunicación e información; la propiedad intelectual, las marcas y las patentes (Brooking, 1997; Edvinsson y Malone, 1997; Stewart, 1998; Sánchez, 2005; Swart, 2006; Sánchez, A. J., Melián, A., Hormiga, E., 2007).

El conjunto de Activos intangibles es utilizado para definir el Capital Intelectual desde la perspectiva de diferentes enfoques. Brooking (1996) y Smith (1994) consideran que la combinación de los activos intangibles permite funcionar a la empresa y señalan que son imprescindibles para que la empresa pueda llevar a cabo su actividad. Así mismo, el conjunto de recursos intangibles que contribuyen a generar valor o tienen potencial de generarlo en el futuro son considerados el Capital Intelectual (Kaplan, R. y Norton, D., 1996; Edvinsson y Malone, 1997; Euroforum, 1998; Stewart, 1998; Bontis, N., 1999; Lev, 2001; Mavridis, D. 2005).

El potencial del capital intelectual de generar valor se traduce en la empresa en la capacidad de crear y sostener la ventaja competitiva (Edvinsson y Malone, 1997; Stewart, 1998). A su vez, mediante el uso adecuado y efectivo del capital intelectual y haciendo posible la toma de decisiones puede mejorar el desempeño organizacional (Mouritsen, J., Bukh, P., Larsen, H. y Johansen, M., 2002).

Los factores que integran el capital intelectual pueden explicar el rendimiento y la creación de riqueza en las empresas (Bradley, K., 1997; Smith, 1994; Stewart, 1998; García-Meca, E., y Martínez I., 2005; Wang, M., 2011). Wang (2011) cita estudios que encuentran que el capital intelectual y el capital tangible tienen impacto positivo en los retornos de mercado, así como también en el actual y futuro desempeño financiero de las empresas (Chen, J., Zhu, Z., y Yuan, H., 2005).

El conjunto de elementos constitutivos del capital intelectual de acuerdo al consenso de la mayoría de los autores es dividido en tres componentes principales: a) Capital Humano: los conocimientos, pericia colectiva, capacidad creativa, habilidad para resolver problemas, liderazgo y la capacidad empresarial y de gestión, encarnado en el individuo (Brooking, 1996), las competencias, actitud y agilidad intelectual (Ross, J., Ross, G., Dragonetti, N. C., y Edvinsson, L., 2001). b) Capital Estructural: los procesos, estructuras, cultura, tecnología e innovación. c) Capital Relacional: grupos de interés de la empresa, la relación con clientes, proveedores, accionistas y otros.

Se han desarrollado diferentes modelos de capital intelectual con algunas variantes en su tipología.

Tabla 1. Modelos de capital intelectual y su tipología

Modelos y autores	Capital Humano	Capital Estructural	Capital Relacional
De las cinco Fases. Nonaka y Takeuchi (1995)	Tácito	Explícito	
Cuadro de mando integral Kaplan y Norton (1996)	Perspectiva de aprendizaje y crecimiento	Perspectiva de procesos internos	Perspectiva de clientes
Intelec. Euroforum Escorial (1998)	Capital Humano	Capital Estructural	Capital Relacional
Modelo Nova. Camisón, Palacios y Devece (1998)	Capital Humano	Capital de organización, Capital Social	Capital de la innovación y el aprendizaje
Modelo de Dow Chemical Dow (1998)	Capital Humano	Capital Organizacional	Capital de clientes
McElroy, M. W. (2002).	Capital Humano	Innovación y procesos	Capital Social: intrasocial, intersocial e innovación
Ordoñez de Pablos (2004)	Capital Humano	Capital Tecnológico Capital Organizativo	Capital Relacional
Guthrie, J., Petty, R. y Yongvainich, K. (2004).	Capital Humano	Capital Interno	Capital Externo
Chen <i>et al.</i> (2004)	Capital Humano	Capital Innovación Capital Estructural	Capital cliente
Joia, A. (2004)	Capital Humano	Capital Tecnológico Capital Organizativo	

Modelo Poder-SEEO Martínez (2005)		Capacidad Administrativa: Planeación, Organización, Dirección, Evaluación y retroalimentación	
Choong et al. (2008)	Capital Humano	Capital Estructural	Capital relación Clientes

Fuente: Adaptado de Alama (2008)

Considerando el crecimiento económico que genera y el impacto positivo de los activos intangibles en los resultados de las organizaciones (como activo estratégico), resulta relevante que en la Estrategia empresarial se incluyan objetivos para el desarrollo del capital intelectual, lograr ventaja competitiva y resultados deseados (Vargas y Del Castillo, 2008; Naranjo *et al.*, 2013) a través de estrategias creativas de interacción entre los componentes del capital humano, capital estructural y capital relacional. El desarrollo del capital intelectual contribuye a un mejor ajuste de la empresa a las necesidades del mercado (Prusak, 2014). Por su parte, Aguilera, Hernández y Colín (2014) recomienda que es necesario crear estrategias de concentración del Capital Intelectual en las empresas para su beneficio. Al considerar la Estrategia empresarial el aporte del Capital Intelectual, éste va a generar un crecimiento económico de relevancia, niveles de competitividad altos y mejores resultados en términos de actividad productiva (Vargas y Del Castillo, 2008).

Existe la creencia que el capital humano tiene el potencial de alcanzar una ventaja competitiva y mejorar el desempeño de la organización porque puede ser una clave determinante de los resultados y/o eficiencia de las operaciones. La retención de capital humano puede ser instrumental en explicar la ventaja competitiva a nivel de empresa (Campbell, Coff y Kryscynski, 2012). La estrategia puede alinear los talentos y las competencias con las necesidades de la organización, al considerar que la empresa depende del capital humano para alcanzar el éxito, pues las personas son las que son capaces de crear y mantener el valor.

El capital estructural se identifica con una mejor gestión empresarial, una estructura organizacional más dinámica y holística, una cultura organizacional más participativa e incluyente, una construcción y actualización continua de las competencias de la organización, organizando los procesos y las actividades propias, en apoyo en los negocios de la empresa.

El capital relacional consiste en crear una buena gestión en la red de relaciones que se establecen constantemente en la empresa, con la finalidad de hacer alianzas mutuamente beneficiosas entre los actores involucrados en una gestión de negocios (Camisón, 2002), de ahí que la estrategia empresarial integre planes para lograr dicho cometido.

De acuerdo a lo anterior, se puede establecer la siguiente hipótesis:

H₁: La Estrategia Empresarial influye significativamente en el Capital Intelectual de las PYMES.

La innovación

La innovación es vista como la creación de un nuevo bien, una nueva forma de proceso y/o producción, la introducción o la apertura de producto en un nuevo mercado, la obtención de nuevas fuentes de aprovisionamiento de materias primas o de productos semielaborados, la implantación de una nueva estructura en el mercado y el método organizativo en las prácticas internas de la empresa (Ansoff, 1965; OCDE, 2011). Se ha encontrado ser uno de los factores estratégicos más importantes que contribuyen a la generación de ventajas competitivas en las Pymes y de éxito en las empresas (Huck y McEwen, 1991; Pelham, 1997, 2000; Warren y Hutchinson, 2000, Rubio y Aragón, 2006).

La realización de innovaciones por parte de las empresas está influida por un conjunto de variables, dentro de ellas, las relativas a la propia organización, como lo es la orientación estratégica. La capacidad de innovación de las firmas está estrechamente asociada a sus propias estrategias competitivas, a la evolución del mercado en donde se insertan y a las posibilidades de establecer redes de colaboración con otras empresas (Ghezán, G., Cendón, M. y Viteri L., 2003).

Las Pymes tienden a aceptar enfrentarse a riesgos por innovar con la finalidad de obtener beneficios, de tal manera que esta orientación innovadora es percibida de manera positiva a favor de la competitividad. Por otro lado, Ghezán *et al.* (2002) han encontrado que la capacidad de innovación tiene una correlación positiva con los resultados de productividad alcanzados por las Pymes y que está estrechamente vinculada con el desempeño de las empresas.

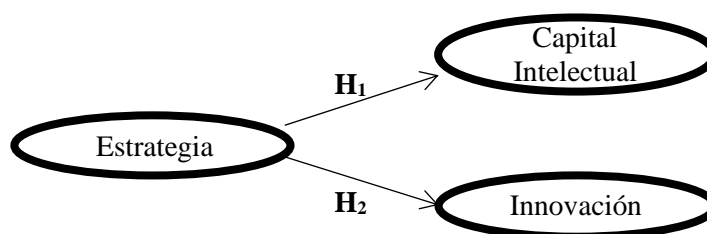
Considerando los puntos anteriores se establece la siguiente hipótesis:

H₂: La Estrategia Empresarial influye significativamente en Innovación de las PYMES.

Metodología

Este trabajo de investigación se desarrolla a través de un enfoque cuantitativo y de tipo correlacional, en el cual se analizó la relación de la estrategia empresarial con el capital intelectual y la innovación de la Pyme de Aguascalientes. Para esto, se tomó como referencia la información contenida en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI, cuyos datos señalan que existen 1,500 pequeñas y medianas empresas (entre 11 y 250 empleados) en el Estado de Aguascalientes de los sectores comercial, manufacturero y de servicios. Partiendo de esta cifra como el total de la población a estudiar, se realizó un muestreo aleatorio simple obteniéndose como resultado una muestra de 389 empresas. De esta manera, los datos fueron extraídos a través de un cuestionario aplicado al encargado de la administración de cada empresa. En base a esto, para medir las hipótesis establecidas, se plantea el siguiente modelo teórico:

Figura 1. Modelo teórico



Esta figura muestra el planteamiento del modelo teórico utilizado estableciendo los constructos a estudiar, diseñado a partir de la revisión de la literatura en la cual se encontró que varios autores establecen las relaciones aquí mostradas. (Miles y Snow, 1978; 1986; Camisón, 1997; Ghezán et al., 2002; Vargas y Del Castillo, 2008; Campbell et al., 2012; Rouhani y Mahmodian, 2012; Rodríguez, 2012). Fuente: Elaboración propia.

Desarrollo de medidas

El instrumento de medición utilizado, se conformó mediante escalas que miden las variables: Estrategia, Capital Intelectual e Innovación. Para el análisis estadístico del primer bloque "Estrategia", se utilizaron cuatro elementos para medir cada uno de los cuatro tipos de estrategias empresariales de Miles y Snow (1986), dando un total de 16 elementos medidos con escala Likert del 1 al 5 con descripciones desde "Totalmente en desacuerdo" hasta "Totalmente de acuerdo". El segundo bloque se denominó "Capital Intelectual", en donde se realizó una adaptación de la escala propuesta por Cañibano, Sánchez, García, y Chaminade (2002) de 18 elementos en total medidos con escala Likert del 1 al 5 medidos desde "Total desacuerdo" hasta "Total acuerdo", separados en

tres dimensiones, Capital Humano, Capital Relacional y Capital Estructural con 5 elementos las dos primeras dimensiones y la última con ocho elementos. La escala utilizada en el tercer bloque de Innovación se encuentra conformada por siete elementos medidos con escala Likert del 1 al 5 desde “Total desacuerdo” hasta “Total acuerdo” (OECD/Eurostat, 2005).

Resultados

En primera instancia, se muestran los resultados Análisis de Fiabilidad. Esta prueba evalúa la confiabilidad de las escalas de medida utilizadas. Para ello, los resultados fueron valores superiores a 0.70 en el coeficiente Alfa de Cronbach para cada una de las escalas que miden las distintas variables, con lo que se puede interpretar que el estudio es fiable (Nunnally y Bernstein, 1994).

Tabla 2. Análisis de fiabilidad

Variable	Alfa de Cronbach	Número de elementos
Estrategia Empresarial	0.855	16
Capital Intelectual	0.913	18
Innovación	0.865	7

El resultado del análisis de la fiabilidad arroja coeficientes Alfa de Cronbach superiores a 0.70, el cual es el mínimo aceptable para las ciencias sociales (Nunnally y Bernstein, 1994). De tal manera que las escalas utilizadas son estadísticamente confiables. Fuente: Elaboración propia.

A fin de verificar las condiciones de aplicabilidad del Análisis de Regresión Lineal Múltiple para el modelo de investigación y determinar la influencia de la Estrategia Empresarial en el Capital Intelectual y la Innovación de las Pymes de Aguascalientes, se llevaron a cabo las pruebas de normalidad, homocedasticidad y linealidad, encontrándose que las variables objeto de estudio no presentan problema alguno en estos supuestos del modelo teórico, por lo que se procedió al análisis de la Regresión Lineal Múltiple. En la Tabla 3 se presenta el resumen del modelo, en el que se obtuvo un valor de R^2 ajustada de 0.206 y 0.244 para el Capital Intelectual y la Innovación respectivamente, lo que indica que ambas variables están correlacionadas en de manera significativa con la variable independiente de la Estrategia Empresarial Pymes de Aguascalientes.

Tabla 3: Resumen del modelo

Variable dependiente	R² ajustada	Error típico de la estimación	Durbin-Watson
Capital Intelectual	0.206	0.57362	1.761
Innovación	0.244	0.44862	1.698

Fuente: Elaboración propia en base a resultados de Regresión Lineal Múltiple

De acuerdo a los resultados de la Regresión Lineal presentados en la Tabla 4, se concluye que la influencia más significativa en el capital intelectual se debe a la estrategia tipo analizadora, al estar relacionada de manera más significativa que los otros tipos de estrategias. Por su parte, la estrategia exploradora representa la mayor correlación con la variable Innovación. Todas las estrategias en conjunto explican en un 20.6% el capital intelectual y en un 24.4% la innovación. En cuanto a los estadísticos de colinealidad, el valor más alto de FIV es de 1.223, lo que indica que el modelo no presenta problemas de multicolinealidad por estar cercano a la unidad (Hair, Anderson, Tatham y Black, 1995).

Tabla 4. Resultados del Análisis de Regresión Lineal Múltiple

Variable	Exploradora	Analizadora	Defensiva	Reactiva	R²	F
Capital Intelectual	0.278*** (7.461)	0.335*** (7.461)	0.105*** (7.461)	0.092*** (7.461)	0.206	17.76
Innovación	0.309*** (7.084)	0.205*** (7.084)	0.172*** (7.084)	0.111*** (7.084)	0.244	10.539
FIV más alto	1.223					

*** $p < 0.001$. El valor entre paréntesis representa el valor de "t". Fuente: Elaboración propia en base a resultados de Regresión Lineal Múltiple

Asimismo, el modelo ha sido validado al dividirse la muestra en dos submuestras y al haberlo corrido con las dos submuestras, los resultados obtenidos son similares en cuanto al R² por no haber más de un 10% de diferencia entre éstos y la muestra original (Hair, *et al.*, 1995).

Y de acuerdo a los resultados obtenidos, se presentan a continuación las ecuaciones de los modelos de regresión lineal múltiple para el capital intelectual y la innovación.

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n + e$$

$$\text{Cap. Int.} = 2.373 + 0.278(\text{Explo}) + 0.335(\text{Analiz}) - 0.105(\text{Defen}) + 0.092(\text{React}) + e$$

$$\text{Innovación} = 1.851 + 0.309(\text{Explo}) + 0.205(\text{Analiz}) - 0.172(\text{Defen}) + 0.111(\text{React}) + e$$

Por lo tanto, para la comprobación de las hipótesis formuladas, con respecto a la H₁, los resultados obtenidos ($R^2 = 0.206$, $p < 0.001$) indican que la estrategia empresarial tiene efectos significativos en el capital intelectual de las Pymes del Estado de Aguascalientes. De esta manera, se acepta la H₁. Respecto a la H₂, los resultados obtenidos ($R^2 = 0.244$, $p < 0.001$), indican que también para la innovación, la estrategia empresarial tiene efectos significativos, por lo tanto, se acepta la H₂.

Discusión y conclusiones

Los resultados observados permiten determinar que el modelo teórico propuesto en este trabajo cuenta con la fiabilidad y la validez estadísticamente suficiente que, a su vez también permiten realizar aseveraciones objetivas basadas en la evidencia obtenida sin riesgos importantes de error. Asimismo, con fundamento en esa evidencia empírica, se aceptan las hipótesis H₁ e H₂ dando pie a inferir que la estrategia empresarial influye significativamente en el capital intelectual y la innovación de las Pymes del Estado de Aguascalientes sujetas a estudio.

En este sentido, se demuestra que el tipo de estrategia que adopta la empresa (Miles y Snow, 1978) repercute de manera significativa a aspectos importantes relacionados con el capital intelectual e innovación de las Pymes. Para el capital intelectual y la innovación de la empresa, la influencia principal es ejercida por las estrategias de tipo analizadoras y exploradoras.

De esta manera, los administradores perciben que tener una orientación equilibrada y tendiente a la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio que les permitan obtener beneficios constituye una herramienta que repercute en el desarrollo del capital intelectual y la innovación. De tal manera, que el adoptar un perfil defensivo o reactivo, no conlleva necesariamente un impacto importante en las variables dependientes. Por otro lado, aspectos propios de la estrategia defensora (la mejora continua y la actualización tecnológica de los procesos) han sido percibidos como elementos que tienen influencia positiva en ambas variables.

En relación a la influencia de la estrategia empresarial en el capital intelectual, los resultados sugieren que el tipo analizadora es el que repercute en mayor medida, permitiendo ratificar que las

Pymes tienden a aceptar riesgos medidos y controlados, manteniendo mayormente un equilibrio entre beneficios y riesgos.

Por su parte, la innovación es influida mayormente por la estrategia de tipo exploradora, lo que indica que el empresario percibe a la orientación al riesgo en búsqueda de mayores beneficios como elemento favorable en los resultados en innovación en aspectos como en productos, procesos, gestión o mercadotecnia. De tal manera, que esta orientación al riesgo es percibida con mayor importancia en favor de la innovación pero no necesariamente en el caso del desarrollo de su capital intelectual.

Estos hallazgos tienen congruencia con lo encontrado en la literatura en estudios teóricos y empíricos (Hadjimanolis, 2000; Lloyd *et al.*, 2002; Rubio y Aragón, 2006), acerca de que el pequeño tamaño representa una ventaja competitiva en el desarrollo del capital intelectual e innovación y con de otras aportaciones teóricas y empíricas que establecen que la estrategia empresarial debe buscar el fomento del capital intelectual y la innovación para la obtención de mayores beneficios (Carland *et al.*, 1984; Bird, 1989; Mueller y Thomas, 2000).

Este tipo de trabajos es útil tanto para los gerentes de las Pymes mexicanas, como para los diseñadores de las políticas económicas. Por una parte, los gerentes obtendrán un mayor conocimiento del tipo de orientación estratégica que más repercute en el capital intelectual y la innovación, lo que puede guiar la realización de planes estratégicos que permitan prever y controlar con mayor precisión las distintas operaciones y por ende, los recursos financieros necesarios para su ejecución.

Asimismo, la administración pública puede identificar los tipos de estrategias empresariales que están influyendo en mayor medida a las variables dependientes con la finalidad de diseñar políticas públicas orientadas a las Pymes que incluyan la eficaz creación y difusión de programas y apoyos que favorezcan la obtención de recursos financieros a bajo costo, programas de capacitación y adiestramiento para su personal, así como facilitar el acceso a información sobre el mercado, tecnologías, y aspectos macroeconómicos.

No se pueden considerar estos resultados como concluyentes, ya que existe la limitación de que el instrumento utilizado fue contestado desde la perspectiva del encuestado la cual puede ser subjetiva, por lo que no necesariamente pudiera reflejar la total realidad que viven las Pymes. Es por ello, que

sería conveniente aplicar estas encuestas a empresas de otra entidad federativa o en otro momento del tiempo, con el propósito de analizar si se repiten los resultados, hacer comparativos y con ello poder generalizar.

Referencias

- Aguilera, L. H. (2014). La relación entre el capital intelectual y los procesos de producción en la PYME manufacturera. *Cuadernos del Cimbage*, 87-109.
- Alama, M. (2008). *Capital intelectual y resultados empresariales en las empresas de servicios profesionales de España*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid (Tesis doctoral).
- Ansoff, H. (1965). *Corporate Strategy*. New York: McGraw Hill.
- Aragón Sánchez, P. (14 de junio de 2011). *PYMES y Autónomos*. Recuperado el 2 de julio de 2012, de Microsoft: <http://www.microsoft.com/business/es-es/content/paginas/article.aspx?cbcid=174>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage . *Texas A&M University Journal of Management Vol.17, No. 1,*, 99-120.
- Bird, B. (1989). *Entrepreneurial Behavior*. Glenview: Scott Foresman.
- Bontis, N. (1999). Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field. *International Journal of Technology Management*, 5-8.
- Bradley, K. (1997). Intellectual capital and the new wealth of nations. *Business Strategy Review*, 53-62.
- Brooking, A. (1996). *El capital intelectual. El principal activo de las empresas del tercer milenio*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A.
- Camisón, C. P. (1998). *Un nuevo modelo para la medición del capital intelectual: el modelo Nova*. Oviedo: Congreso de acede.
- Campbell, B. C. (2012). Rethinking competitive advantage from human capital. *Academy of Management Review*, 376–395.
- Cañibano, L. G.-A. (2002). *Directrices para la gestión y difusión de información sobre intangibles (Informe de Capital Intelectual)*. Madrid: Fundación Airtel Móvil.
- Carland, J., Hoy, F., Boulton, W., & Carland, J. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. *Academy of Management Review*, 354-359.
- Castillo, E. (22 de julio de 2010). *5 problemas de las Pymes para el éxito*. Recuperado el 16 de julio de 2012, de CNN Expansión: <http://www.cnnexpansion.com/emprendedores/2010/07/21/ser-exitoso-sin-morir-en-el-intento>
- Chen, J. Z. (2004). Measuring intellectual capital: a new model and empirical study. *Journal of Intellectual Capital*, 195-212.

- Choong, K. (2008). Intellectual capital: Definitions, categorization and reporting models. *Journal of Intellectual Capital*, 609–638.
- Dow, L. (18 de 10 de 1998). *Model of Dow Chemical*. Obtenido de http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol13_6_05/a
- Edvinsson, J. &. (1997). *Intellectual capital, realizing your company's true value by finding its hidden brainpower*. New York, NY.: Harper Collins.
- Euroforum. (1998). *Medición del capital intelectual*. Madrid: Euroforum.
- FAEDPYME. (2011). *Análisis estratégico para el Desarrollo de la MIPYME en Iberoamérica*. Aguascalientes: Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- García-Meca, E. y. (2005). Assessing the quality of disclosure on intangibles in the Spanish capital market. *European Business Review*, 305–313.
- Ghezán, G. C. (2003). Estrategias e innovacion en pymes regionales: El caso de chacinados y salazones. *Cuadernos del Ceagro*, 23 – 32.
- Guthrie, J. P. (2004). Using content analysis as a research method to inquire into intellectual capital reporting. *Journal of Intellectual Capital*, 282-293.
- Hadjimanolis, A. (2000). An investigation of innovation antecedents in small firms in the context of a small developing country. *R & D Management*, Blackwell publishers.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (1995). *Multivariate Data Analysis*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Hernández, F. (2012). *Factores estratégicos determinantes de competitividad empresarial en las micro, pequeñas y medianas empresas de la industria textil en el estado de Aguascalientes*. Aguascalientes: Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1997). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Hitt, M., Ireland, R., & Hoskisson, R. (2007). *Administración Estratégica: "Competitividad y Globalización: Conceptos y Casos"*. México, D.F.: Cengage Learning Editores, S.A.
- Huck, J., & McEwen, T. (1991). Competencies needed for small business success: perceptions of Jamaican entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 90-93.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2013). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*. Aguascalientes: INEGI. Obtenido de Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas.
- Joia, A. (2004). Are frequent customer always a company`s intangible asset?: some findings drawn from an exploratory case study. *Journal of Intellectual capital*, 586-601.
- Kaplan, R. y. (1996). *The Balanced Scorecard*. Boston, M.: Harvard Business School Press.
- Kaplan, R. y. (1996). *The Balanced Scorecard*. Cambridge, Massachussets: Harvard Business School Press.

- Lev, B. (2001). *Intangibles, Management, measurement and reporting*. Washington D.C.: Brookings Institution.
- Lloyd, L., Muller, K., & Wall, S. (2002). Innovation and educational policy in SMEs: a Czech perspective. *Education & Training*, 378-387.
- Marroquín, R. (2008). *Factores de éxito en dirección estratégica en pequeñas y medianas empresas de la zona metropolitana de Guadalajara*. Recuperado el 24 de 10 de 2013, de Gestipolis.com: <http://www.gestipolis.com/innovacion-emprendimiento/factores-d>
- Martínez, C. (2005). *Teoría Avanzada de Organización y Gestión: Del Management a la teoría avanzada de la Gestión, Modelo PODER-SEEO*. Bogotá: Editorial Universidad Nacional de Colombia.
- Mavridis, D. (2005). Intellectual capital performance drivers in the Greek banking sector. *Management Research News*, 43–62.
- McElroy, W. (2002). Social innovation capital. *Journal of Intellectual Capital*, 30-39.
- Miles, & Snow. (1978). Organizational strategy, structure and process. *Academy of Management Review*, 547-562.
- Miles, R., & Snow, C. (1986). Organizations: New Concepts for New Forms. *California Management Review Vol. XXVIII No. 3*, 62-73.
- Mintzberg, H., & Quinn, J. (1996). *The Strategy Process: Concepts, Context, Cases*. New Jersey: 3rd edition, Prentice and Hall.
- Mouritsen, J. B. (2002). Developing and managing knowledge trough intellectual capital statements. *Journal of Intellectual capital*, 10-29.
- Mueller, L., & Thomas, S. (2000). Culture and entrepreneurial potential: a nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 51-75.
- Naranjo, C., Rubio, J., Salazar, L., & Robledo, A. (11(19) de 2013). *Indicadores de Capital Intelectual*. Obtenido de Revistas de la Universidad Cooperativa de Colombia. Desarrollo Regional. Memorias.
- Nonaka, I. y. (1995). *The knowledge creating company, Modelo de las cinco fases de Nonaka y Takeuchi*. N.Y.: Oxford University Press.
- Nunnally, J., & Bernstein, I. (1994). *Psychometric Theory*. Nueva York, NY: McGraw Hill.
- P., O. d. (2004). Measuring and reporting structural capital: lessons from European learning firms. *Journal of Intellectual Capital*, 629-647.
- Pelham, A. (1997). Mediating influences on the relationship between market orientation and profitability in small industrial firms. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 55-76.
- Pelham, A. (2000). Market Orientation and other potential influences on performance in small an medium-sized manufacturing firms. *Journal of Small Business Management*, 48-67.
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy*. The Free Press, NY.

- Prusak, R. (2014). Influence of selected strategic variables on the development of the intellectual capital of an enterprise. *The Journal of University of Zielona Góra*, 18-31.
- Rodríguez Camacho, R. (2012). *Estrategias competitivas que inciden en el crecimiento de las PYMES del Municipio de Aguascalientes*. Aguascalientes: Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Ross, J. R. (2001). *Capital intelectual: El valor intangible de la empresa Paidos*. Barcelona: Paidos Empresa.
- Rouhani, S., & Mahmodian, M. (2012). Financial Information Systems: Business Intelligence Perspectives (Iranian Companies listed on Stock Exchange Case Study). *Journal of Advanced Computer Science and Technology Research*, 66-78.
- Rubio Bañón, A., & Aragón Sánchez, A. (2006). Competitividad y recursos estratégicos en las pymes. *Revista de Empresa*, 32-47.
- Rubio, A., & Aragón, A. (2002). Factores explicativos de éxito competitivo. Un estudio empírico en la pyme. *Cuadernos de Gestión*, 49-63.
- Sánchez A., G. A. (2007). El concepto de capital intelectual y sus dimensiones. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 97-111.
- Smith, G. V. (1994). *The new role of intellectual property in commercial transactions*. New York, NY: Wiley.
- Stewart, T. (1998). *Intellectual capital: The new wealth of organizations Currency*. New York, NY: Doubleday.
- Swart, J. (2006). Intellectual capital: disentangling an enigmatic concept. *Journal of Intellectual Capital*, 136-159.
- Torres Frago, R. (17 de diciembre de 2009). *Mueren el 80% de las MiPyMES en su primer año*. Recuperado el 16 de julio de 2012, de El Universal: <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/56989.html>
- Uriel, E., & Aldás, M. (2005). *Análisis Multivariante Aplicado*. Madrid: Thompson.
- Vargas, B. y. (2008). Competitividad sostenible de la Pequeña Empresa: Un modelo de promoción de capacidades endógenas para promover ventajas competitivas sostenibles y alta productividad. *Cuaderno de Difusión*, 59-80.
- Wang, M. (2011). Measuring Intellectual Capital and Its Effect on Financial Performance: Evidence from the Capital Market in Taiwan. *Front. Bus. Res. China*, 243–265.
- Warren, L., & Hutchinson, W. (2000). Success factors for high-technology SME's: a case Study from Australia. *Journal of Small Business Management*, 86-91.