



Factor de Influencia en la Conformación del Capital Intelectual y su Impacto en la Innovación en Pymes Familiares

Influencing Factor in the Formation of Intellectual Capital and its Impact on Innovation in Family Pymes

Marisol Murillo Solis, Norma Leticia España Martínez y Moisés Hussein Chávez Hernández

¹<https://orcid.org/0000-0002-7617-6251>

DOI: <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi38.484>

Recibido 17 de julio 2022.

Aceptado 30 de septiembre 2022

Publicado 27 de noviembre de 2022

Resumen

En el presente artículo hace un estudio dirigido a las Pymes Mexicanas siendo clasificadas como empresas familiares. El Capital Intelectual es considerado como una herramienta fundamental para las actividades diarias de las organizaciones. De esta forma, el documento tiene como objetivo de investigar el Capital Intelectual y su conformación e influencia basada en tres dimensiones, Capital Humano, Capital Estructural y Capital Relacional dentro del Estado de Aguascalientes, México. La metodología visualiza las dimensiones pertinentes según el contexto y determinar cómo influyen en el desarrollo de actividades innovadoras en las organizaciones familiares. Teniendo como resultado que existen elementos capaces de influir en las estrategias desarrolladas por cada empresario permitiendo el crecimiento y desarrollo de estas.

Palabras clave: Capital Intelectual, Capital Humano, Capital Relacional, Capital Estructural,



Abstract:

In this article, a study is made aimed at Mexican Pymes being classified as family businesses. Intellectual Capital is considered as a fundamental tool for the daily activities of organizations. In this way, this document aims to investigate Intellectual Capital and its conformation and influence based on three essential dimensions, Human Capital, Structural Capital and finally Relational Capital within the State of Aguascalientes, México. The designed methodology allows us to visualize the pertinent dimensions according to the context and determine how this influence the development of innovative activities in family organizations. Having as a result that there are elements capable of influencing the strategies developed by each entrepreneur allowing their growth and development.

Keyword. - Intellectual capital, human capital, relational capital, structural capital, Pymes

Introducción

En México, la mayoría de las empresas son consideradas como empresas familiares (Canale & López-Hernández, 2018), siendo estas micro, pequeñas y medianas empresas, aunque se cree que las empresas familiares no tienden a crecer, hay muchas que no son realmente pequeñas o medianas empresas, sino grandes empresas que compiten en el mercado.

González et al., (2018) considera que han sido creadas con el objetivo de crear o forjar un patrimonio propio, no se debe únicamente a una crisis económica o a imposibilidad de posicionarse en una empresa consolidada, si no por la importancia de forjar un patrimonio para las siguientes generaciones y mejorar las condiciones de vida.

En México, las Pymes han tenido un crecimiento considerable desde la década de los años noventa (España, 2018), se ha convertido en el principal motor en la economía mexicana, no solo por sus contribuciones a la producción y comercialización de bienes y/o servicios, sino también por la gran cantidad de empleos que se han generado. Estas representan un excelente medio para

impulsar el desarrollo económico, mostrando una amplia muestra de giros comerciales, productivos y de servicios, convirtiéndose en un gran respaldo de la sociedad y del país.

Las Pymes familiares existentes hoy en día en México son controladas entre el 80 y 100% por algún integrante de la familia, convirtiéndose en pilares en la sociedad, que como se ha mencionado se convierten en generadoras de empleos y de grandes ingresos al país (García, 2021). En la actualidad, las Pymes están teniendo gran importancia para la economía nacional, no solo por su capacidad de brindar trabajo a personas derivados de sectores vulnerables de la sociedad, como mujeres, jóvenes y adultos mayores, sino por sus contribuciones a la producción y distribución de bienes y servicios (Gobierno del Estado de Aguascalientes, 2022).

Estas empresas familiares se convierten en un gran aportador al producto interno bruto (PIB), de acuerdo con Zamora, (2022) de Forbes, estas aportan el 52% y generan el 72% del empleo en el país, así que estas empresas familiares, se consideran de gran importancia y de estudio (Martínez, 2010).

Solo en México, con base en los censos económicos del 2019 por parte de INEGI, las Pymes representan cerca del 99.8% equivalente a un poco más de 4.9 millones de unidades económicas, el personal ocupado que conforma estas empresas ocupa el 68.4% en las micro, pequeñas y medianas empresas; generando el 52.2% de los ingresos al país. Por sus características, estas unidades económicas tienden a presentar mayores cambios con respecto a las grandes empresas, en cuanto a ingresos, personal ocupado, ubicación, cierres y aperturas, entre otros aspectos (INEGI, 2020, 2021).

La presente investigación se realiza con el propósito de analizar la influencia de la familiar de las pequeñas y medianas empresas del Estado de Aguascalientes con la conformación del Capital Intelectual (Capital Humano (CH), Capital Estructural (CE), y Capital Relacional (CR)), darle la atención y la importancia debida por su contribución al crecimiento económico y al desarrollo donde estas empresas se encuentran.

La estructura del presente artículo se organiza de la siguiente manera: en la primera parte abordamos el concepto de la empresa familiar; en la segunda, exponemos la importancia del Capital



Intelectual dentro de las Pymes; en la tercera, conceptualización del Capital Intelectual y sus componentes; en la siguiente parte presentamos la metodología utilizada; después analizamos y discutimos los resultados y, por último, presentamos conclusiones y recomendaciones para estudios posteriores.

Empresas familiares

A lo largo de las investigaciones, el concepto de empresa familiar ha sido abordado desde diferentes perspectivas por los autores de la investigación, convirtiéndose en un concepto amplio (Canale & López-Hernández, 2018). En la actualidad, no existe una definición concreta que identifique una empresa familiar, debido a los distintos criterios que emplean los autores para definirla (Camino & Bermudez, 2021). Sin embargo, hay varios autores como Barroso et al. (2012) que define la empresa familiar como aquella en la que la propiedad y/o la dirección de la empresa se encuentran en manos de una familia que tienen vocación de continuidad, ya que desean que la empresa continúe en un futuro en manos de sus descendientes. Camino & Bermúdez (2021) ha asociado el termino con un negocio pequeño en una localidad determinada, perteneciendo a una familia, destacado por su capacidad de mantener el éxito empresarial a largo plazo superando los problemas de sucesión, rivalidad y falta de profesionalización. Por otro lado, Fuentes et al. (2007) considera a la empresa familiar como aquella en la cual miembros de una misma familia poseen una parte de la propiedad que les permite influir notablemente en la dirección y control estratégico del negocio y en la que además se comparte un deseo de continuidad en manos de la siguiente generación. Por último, Angulo (2016) lo entiende como aquella organización en donde la propiedad, la dirección y el control de la misma se concentran en un núcleo familiar.

A partir del uso de estos criterios surgen muchas definiciones con relación al termino empresa familiar, en conclusión, una empresa familiar es aquella organización perteneciente a una familia, donde son responsables de la propiedad, dirección y control de esta destacando problemas de rivalidad sucesión y falta de profesionalismo con la capacidad de mantener el éxito empresarial.



En las empresas familiares se han mostrado ciertas implicaciones que no ha permitido que puedan sobresalir dentro del mercado en el que se envuelve, Cuevas-Vargas et al., (2019) considera ciertas implicaciones que hacen que las empresas no puedan sobresalir dentro del mercado en el que se desenvuelven, en primer instancia la falta de aprovechamiento de la estructura organizacional y el actuar con rapidez a los nuevos cambios que van surgiendo en el mercado, lo que no permite esa fluidez de ideas innovadoras, e incorporar la innovación dentro de sus procesos sin importar el tamaño de la empresa ni el tiempo en que esta está funcionando; por otro lado el no darle la importancia requerida a los entrenamientos y capacitaciones del personal, esto por el hecho de hacer un buen uso en equipo, métodos, programas informáticos o técnicas de la actividades y procesos de la empresa, con el objetivo de que se vea reflejado no solo el desempeño organizacional si no en su nivel de competitividad, garantizando partencia en el mercado tan competitivo y dinámico.

Se ha mostrado en la literatura, que para poder mejorar la posición competitiva dentro del mercado donde se desarrolla cada empresa, es necesario invertir en investigación que permita desarrollar nuevos activos tecnológicos (Navas, 2017). Las Pymes se estarán enfrentando a nuevos desafíos, donde tendrán que buscar nuevas estrategias para implementar y optimizar sus empresas para una mayor competitividad, rentabilidad y eficiencia a largo plazo.

Los investigadores coinciden en que las Pymes se encuentran con barreras de innovación, relacionadas con la falta de acceso al financiamiento (Al-Hyari, 2013, p.; Aparicio et al., 2019; Pinget et al., 2015; Strobel & Kratzer, 2017; Talegeta, 2014; Zhu et al., 2011) y la falta de leyes y regulaciones gubernamentales (Al-Hyari, 2013; Strobel & Kratzer, 2017; Talegeta, 2014; Zhu et al., 2011); dominación de los mercados por parte de los expertos incertidumbre de la demanda (Pinget et al., 2015; Talegeta, 2014); la falta de empleados calificados (Al-Hyari, 2013; Mendoza & Filio, 2017; Pinget et al., 2015; Talegeta, 2014) o la escasas en la competencia y/o habilidades (Al-Hyari, 2013; Strobel & Kratzer, 2017; Zhu et al., 2011); la falta de información tecnológica (Pinget et al., 2015; Talegeta, 2014); la falta de inversión o la inadecuada investigación y desarrollo (i+d) (Mendoza & Filio, 2017; Talegeta, 2014); falta de información o visibilidad en los mercados



(Mendoza & Filio, 2017; Pinget et al., 2015); la dificultad de encontrar socios que contribuyan a innovar (Pinget et al., 2015); la falta de sistemas de apoyo (Mendoza & Filio, 2017; Strobel & Kratzer, 2017; Zhu et al., 2011); altos costos de innovación, cultura organizacional, tamaño de la empresa (Aparicio et al., 2019; Talegeta, 2014); infraestructura deficiente (Strobel & Kratzer, 2017).

La falta de acceso a financiamientos y apoyos gubernamentales se han convertido en una de las limitantes más comunes donde las Pymes se tienen que enfrentar en la actualidad; sin dejar a un lado la falta de inversión, el conocimiento del mercado y la falta de conocimientos dentro de las empresas. sin embargo, a pesar de estas grandes barreras que las empresas se enfrentan hoy en día, las Pymes se enfrentan a procesos de recuperación y de adaptabilidad para seguir operando adecuadamente en un mercado tan competitivo y cambiante; aunque para algunas empresas sea lenta.

Importancia del Capital Intelectual dentro de las PyMEs

Siendo la falta de inversión al Capital Intelectual una de las limitaciones que enfrentan las empresas hoy en día, el término Capital Intelectual se ha dejado de ver cómo una alternativa para aumentar la ventaja competitiva, de lo contrario se ha vuelto una necesidad. Las empresas deben de tener como objetivo el ser más competitivas y productivas, a su vez, generar estrategias para garantizar la expansión y la rentabilidad de la empresa (Abdu & Jibir, 2018); sobrevivir en un contexto turbulento, lo que a lo largo de los años se ha convertido en un factor necesario para las empresas, dando como resultado una creciente importancia al Capital Intelectual. Permitiendo incluso que a raíz de este capital, se genere innovación, permitiendo que las principales innovaciones en las empresas, permita que se logre posicionar y ganar terreno contra sus competidores (López et al., 2018). Por lo que se convierte en un tema sustancialmente importante para la investigación (Esparza et al., 2021).



Se debe tomar en consideración que la mayor parte de las pequeñas y medianas empresas que actualmente ayudan a la activación de la economía no solo regional si no mundial, son en su mayoría empresas familiares (Cuevas-Vargas et al., 2019).

Conceptualización del Capital Intelectual

En la actualidad, se está manifestando el enfrentamiento de las Pymes con los grandes cambios en la economía y en el mercado. Obligándolas a ser lo suficientemente competitivos, buscando innovar sus productos y/o servicios. Los términos de Capital Intelectual y sus componentes se están convirtiendo en términos que van de la mano para que las empresas puedan subsistir, y convertirse en empresas altamente competitivas.

Entrando en conceptualización de estos términos importantes dentro de las empresas y de las investigaciones. Desde los años noventa, el termino de Capital Intelectual ha tenido bastante recurrencia dentro de las investigaciones en el campo de las ciencias administrativas y sociales; pero ha sido utilizado dentro de investigaciones relacionadas con el conocimiento (España, 2018). A lo largo de la literatura, el concepto ha tenido distintas definiciones que han ayudado a entender el concepto; convirtiéndose en un concepto multidimensional, aunque los autores lo han considerado complicado y complejo (Jurczak, 2008; Morales, 2019).

Iniciando con la conceptualización, el Capital Intelectual parte del conocimiento que forma parte de los intangibles dentro de las organizaciones. Se han considerado como pioneros del término del Capital Intelectual a los autores Brooking (1996), Sveiby (1997), Edvisson y Malone (1997) y Stewart (1998), autores que dieron paso al Capital Intelectual dentro de las organizaciones y de la investigación.

Dentro de la literatura, el autor Stewart (1998) consideró como la suma de todos aquellos conocimientos que posee los empleados de la organización, y que estos dan una ventaja competitiva dentro y fuera de esta. Compuestos por el conocimiento, habilidades, experiencia, los sistemas de información, estructura organizativa, propiedad intelectual, entre otros, hacen que el Capital

Intelectual se aproveche y crea riqueza, siempre y cuando el contexto donde se desenvuelva la organización lo permita.

Ahora bien, Edvinsson y Malone (1997), en su analogía, un capital intangible por su naturaleza está basado en el intelecto y comportamiento humano, desarrollándose dentro de la organización, ya que el Capital Intelectual se expone al valor resultante del conjunto de intangibles creados por la empresa.

Por otro lado, Brooking (1997), ha mostrado que las organizaciones se dividen en cuatro categorías, las cuales describe como: a) Activos de mercado, que son el potencial derivado de los bienes inmateriales que guardan relación con el mercado; b) Activos de propiedad intelectual, los cuales generan un know-how, secretos de fabricación, derechos de autor, patentes, derecho de diseño, marca de fábrica y servicios; c) Activos centrados en el individuo o calificaciones de sus conocimientos, habilidades y actitudes; y d) Activos de infraestructura que incluyen tecnologías, metodologías y procesos que hacen posible el funcionamiento de la organización.

El Capital Intelectual es un término que ha existido en las empresas por muy pequeñas que estas sean, ya que los autores de las distintas empresas independientemente de la actividad productiva o económica que estas realicen, permitirán relacionarse con los distintos autores y obtener nuevos conocimientos que sirvan para mejorar (León, 2020).

Hay una transformación constante dentro del mundo, donde las empresas, las personas y los gobiernos se ven afectados en esta transformación. El conocimiento a lo largo del tiempo y de la investigación ha sido reconocido como un recurso valioso dentro de las empresas. Y el éxito depende de crear, descubrir, capturar, difundir, y medir el conocimiento (Akpınar & Akdem, s/f).

Convirtiéndose el Capital Intelectual en un activo igual o más valioso que los activos tangibles. Las organizaciones crearan la necesidad de mejorar su aprendizaje organizacional, para dar como resultado el aumento de conocimiento y por ende el Capital Intelectual. Siendo fundamental la adaptabilidad y la innovación para que la organización logre sus resultados.

Por otra parte, con el aumento de la competencia y la rápida difusión de conocimiento, han hecho que las empresas tengan un futuro donde tendrán que depender de su capacidad para innovar

(Talegeta, 2014). Refiriéndose a la búsqueda del conocimiento, la creatividad y la curiosidad, las empresas de hoy en día tienen el objetivo de buscar soluciones que ayuden a renovarse. Cuando existe una mejora o se crea un producto o servicio, se crea innovación (García-Sánchez et al., 2019).

Diversos aportes han proporcionado diferentes marcos para clasificar los diferentes componentes del Capital Intelectual, así como para establecer una serie de indicadores para la medición del Capital Intelectual. Así, en un primer paso, se pueden encontrar tres componentes principales: capital humano; capital estructural; y capital de relacional (Bontis et al., 2000; Bueno et al., 2011; Edvinsson, 1997; Flores et al., 2019; Martín-de-Castro et al., 2006).

El Capital Humano (CH) se considera parte esencial dentro de una organización, conocida como la más grande y como el activo intangible más importante de la organización (Flores et al., 2019), donde es un elemento central y está formado principalmente por los individuos que forman parte de la organización, y que incluye procesos asociados con la educación, conocimientos, habilidades, experiencias, especialización, valores y capacidades de un empleado (Flores et al., 2019; Jacobo-Hernández et al., 2019; Vidotto et al., 2017).

Prester et al. (2016) dentro de su investigación y basándose en varios autores, para que exista un mayor capital humano dentro de las organizaciones; este debe de tener empleados altamente calificados; deben siempre considerar que los empleados tienen un gran conocimiento y son considerados como parte esencial; los empleados son expertos en su trabajo y sus funciones particulares; y por último los empleados tiene una experiencia útil.

El capital humano y el conocimiento se han convertido en inversiones que las organizaciones van dando mayor importancia y una mayor inversión, esto se refleja claramente en el desempeño profesional, convirtiéndose en cifras favorables para la organización acompañado por la satisfacción de un adecuado clima y bienestar social en el entorno (Alfonso, 2019), dando un enorme aumento de la relación entre el precio de mercado y el valor contable de los activos de las empresas (Becker, 2002).

Otra de las dimensiones del Capital Intelectual, es el capital estructural (CE), está vinculado al contexto organizacional. Este capital recaen en la cultura de la empresa, sus procesos internos,

sus estrategias, las rutinas organizativas, las bases de datos y los sistemas de información utilizados en la organización (Bueno et al., 2011; Ramón-Poma & Hinojosa, 2020), haciendo referencia a la experiencia adquirida a través de los procesos de aprendizaje acumulativo y a los conocimientos sostenibles incrustados dentro de la organización y que participa activamente en la realización del capital humano dentro de la organización con el fin de crear valor (Ajarrar & Berjaoui, 2020).

Bueno et al., (2011) subdivide el capital estructural en dos categorías; en primer lugar, se habla del capital organizativo que encasilla todo lo relacionado a la cultura organizativa, planificación y control; y, en segundo lugar, se encuentra el capital tecnológico que como su nombre lo indica, describe todos aquellos conocimientos de origen técnico que son fruto de la investigación y el desarrollo.

Se puede decir que el capital estructural forma parte y crea valor dentro de la organización, y que sin importar si sus colaboradores cortan relación laboral, este conocimiento seguirá permaneciendo a la organización (Abello et al., 2013; Ajarrar & Berjaoui, 2020; Bueno et al., 2011; Jacobo-Hernández et al., 2019; León, 2020; Martín et al., s/f), y se queda para ser parte de sus operaciones cotidianas.

El capital estructural se relaciona con el conjunto de conocimientos que añaden, contribuyen y forman el recurso humano dando valor a la empresa y a su vez al individuo. Se plasma por el comportamiento del individuo y la organización, su disposición a resolver la adversidad y su reputación dentro de su red social (Ajarrar & Berjaoui, 2020; Bueno et al., 2011; Jacobo-Hernández et al., 2019). El capital relacional reconoce el conocimiento netamente establecido con el entorno de la empresa (Ramón-Poma & Hinojosa, 2020), contiene el valor que forman las relaciones de la organización, no solo hablando de los clientes, proveedores y accionistas, sino con todos sus grupos de interés, tanto internos como externos, es decir, el conocimiento que se encuentra incluido en las relaciones de la organización (Vargas, 2020).

Nazari & Herremans (2007) & Jacobo-Hernández et al., (2019) expresan que el capital relacional tiene que ver con la longevidad pues a mayores relaciones duraderas con proveedores, clientes y accionistas, mayor será el valor de este activo; Stewart 1997 lo contempla como las

relaciones que las organizaciones tienen con los consumidores; así pues, para Bueno et al., (2011) las organizaciones no son un ente aislado, sino en un contraste se relaciona con el exterior, y fundamenta con su relación con todos los grupos de interés, por lo tanto, forma el valor agregado que posee la organización como agente que se relaciona con el entorno que le rodea.

Metodología

Fue una investigación de campo, de tipo explicativa, bajo el enfoque de metodología mixta, por lo que se trabajó desde un diseño paralelo convergente dado que se analizaron tanto los datos cuantitativos como cualitativos, comparándolos, relacionándolos unos con otros y así poder obtener hallazgos más completos, mayor confiabilidad en los resultados y entendimiento de los resultados. Cabe destacar que, para efectos de este artículo, se hace referencia a la aportación de resultados del enfoque metodológico cuantitativo.

1.1 Muestra

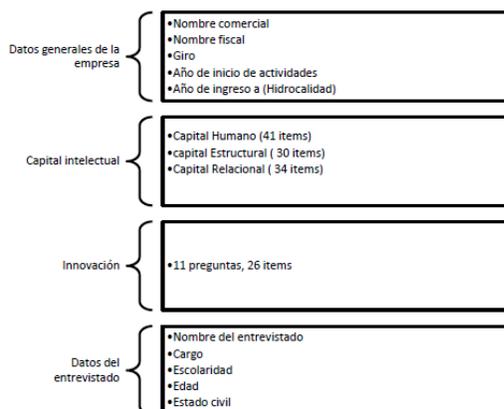
La unidad de análisis fueron los empresarios del Estado de Aguascalientes, México y que obtuvieron un número de proveedor en una cadena de supermercado. Se determinó una muestra de 15.44 empresas, por lo tanto, se consideró 16 unidades económicas.

1.2 Cuestionario

Se realizó un cuestionario a los empresarios que conforman la muestra, basada en un el modelo Modelo Intellectus, y la Encuesta Nacional de Innovación en el Sector Manufacturero creado por el INEGI (2001); se propone el cuestionario final que se aplica al total de la muestra, (ver figura 1). Además de una entrevista abierta basada en la temática del Capital Intelectual.

Figura 1

Componentes del cuestionario



Fuente. - Elaboración propia

Se realizó el análisis de fiabilidad y validez correspondiente, donde todas las variables incluidas en la encuesta, resultando un indicador de 0.492, debido a que la escala que se usó en cada uno de los apartados es de cuatro niveles o menos, además la muestra es pequeña por lo que la teoría estadística menciona que los estimados lograrán mayor consistencia una vez que se incremente el tamaño de la muestra analizada. Además, se realizó la prueba por elementos siendo el Capital estructural el que mayor alfa de Cronbach presentó, por otro lado, el bloque de innovación es negativo, violando el supuesto de fiabilidad, evidenciando que no se cuenta con escalas paralelas, ni comportamientos que arrojen similitud de resultados, mostrando resultados diferentes de un estudio a otro (ver tabla 1).

Tabla 1*Prueba de fiabilidad*

Estadísticas de fiabilidad		
	Alfa de Cronbach	N de elementos
Total de ítem	0.492	166
Capital Humano	.454	71
Capital estructural	.528	36
Capital relacional	.488	34
Innovación	-.028	25

Fuente. - Elaboración propia

En relación con la validez, dado que la encuesta realizada es mayormente de carácter no paramétrico y con datos cualitativos, aplicada a manera de entrevista, la validez a comprobar es la de contenido, siendo fue retroalimentado por expertos en diferentes áreas académicas, con la finalidad de modificar el cuestionario si fuera necesario. Una vez realizado el cuestionario y la entrevista a profundidad se realizó la comparación y relación entre las dos técnicas de análisis para así completar y contrastar la información. Teniendo datos sustentados con entrevistas reales e información directa del propio empresario.

Resultados

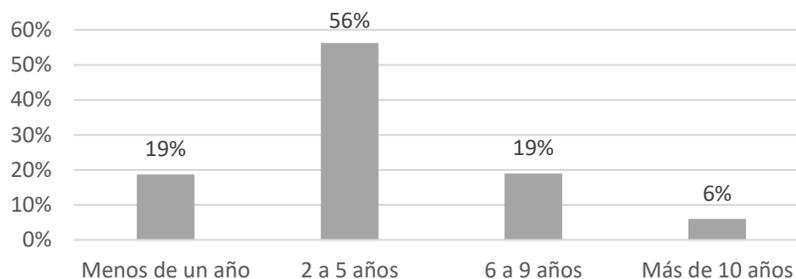
Como parte del análisis de los resultados a continuación se describe cómo se conforma cada uno de los elementos del Capital Intelectual para estas organizaciones, donde se aprecian tres variables (capital humano, capital relacional, capital estructural) en común que modulan el comportamiento y permite la construcción de diferentes indicadores que a continuación se discuten, siendo éstos la historia del empresario, la presencia de la familia y el contexto económico y social donde cada uno de éstos desarrolla sus actividades. En cuanto al CH, podemos apreciar que:

Capital Humano (CH)

En relación con los valores y actitudes se destaca, los integrantes de la organización tienen en promedio de antigüedad dentro de la organización de 2 a 5 años, convirtiéndose en más del 50% donde las organizaciones en su mayoría trabajan en tiempo completo dentro de la organización (ver Figura 2).

Figura 2

Antigüedad dentro de la organización



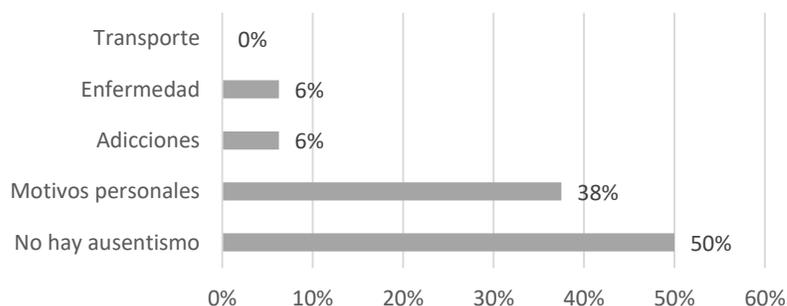
Fuente. - Elaboración propia

A pesar de ser organizaciones manufactureras donde las decisiones son tomadas a partir del comportamiento de la demanda, las decisiones son llevadas a cabo únicamente por el empresario, lo que puede visibilizar el funcionamiento del liderazgo en esa organización.

Adicionalmente, en las organizaciones encuestadas el 50% de ellas indican que no existe ausentismo, aunque los motivos personales se convierten en el principal factor de la ausencia (figura 3), provocando nivel considerable de ausentismo por parte del personal.

Figura 3

Ausentismo dentro de la organización



Fuente. - Elaboración propia

Otra de las causas que pueden generar altos niveles de ausentismos dentro de las organizaciones es la falta de motivación, pocas expectativas de los empleados de la organización donde laboran, ambiente laboral poco adecuado, enfermedades, entre otras. El ausentismo laboral para la organización familiar puede convertirse en un problema si no se busca enfrentar las problemáticas causantes. Es importante que la organización se enfoque en la persona, identificar la problemática y tome acciones que ayuden a disminuir el ausentismo y motivar al personal.

Por otra parte, el tema de la promoción no está presente en la mayoría de estas organizaciones, las organizaciones respondieron de la siguiente manera cuando se les pregunto sobre el tema de promoción o ascenso de los empleados dentro de la organización, el 19% cuentan con un programa establecido para la promoción y ascenso de manera formal, sin embargo, de acuerdo con lo comentado se observó a algún integrante que cuenta con habilidades para otra área o un puesto superior se considera por el empresario.

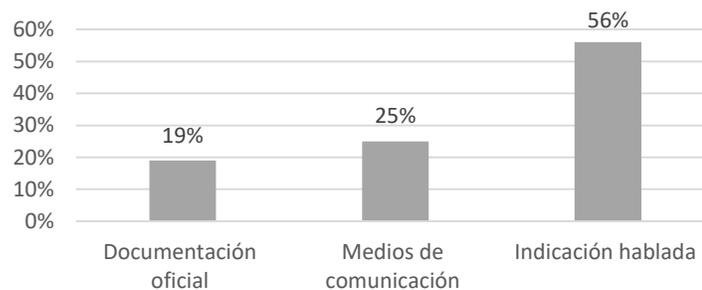
Dodero, (2011) considera esencial asignar tareas entre los integrantes involucrados en la organización, ya que, si no existe una asignación de tareas de acuerdo con el perfil y/o necesidades de la organización, no podrá existir una eficaz coordinación, generando una falta de comunicación por parte de los integrantes, convirtiéndose en el principal motivo que origina conflictos entre los familiares.

Dentro de las organizaciones familiares en Aguascalientes, se observa una ausencia de mecanismos que evidencie la asignación de tareas, ya que estas no son indicadas de manera formal. Y es precisamente este tema el que es reconocido como uno donde resulta prestar especial atención para comprender la realidad de las empresas mexicanas familiares. En su mayoría al ser empresas familiares, representa que los integrantes de la familia están involucrados en alguna actividad del proceso de la organización, intercambiando información entre los mismos integrantes-familiares y el empresario. En lo que respecta a las capacitaciones, estas no se brindan de manera “formal” o cómo lo dicta el modelo de Capital Intelectual.

Respecto a la forma de delegar las actividades o responsabilidades a los integrantes de la empresa, en su mayoría mencionan que se delega a partir de la indicación hablada, el 19% de los empresarios comentaron que lo hacen a manera de documentación oficial. Mencionando que casi siempre los integrantes conocen sus actividades a realizar (ver Figura 4).

Figura 4

Delegación de responsabilidades



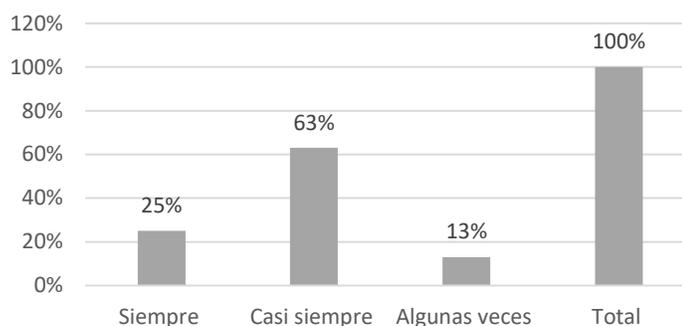
Fuente. - Elaboración propia

Es importante como organización aceptar la necesidad del cambio, prestar la atención requerida, controlar y supervisar todas aquellas tareas relacionadas al tema de la delegación de responsabilidades, esto ayudará al crecimiento, a una mayor motivación y satisfacción, menores requisitos de supervisión y el aumento en temas de la innovación dentro de las organizaciones familiares.

Por otro lado, a pesar de no contar con documentos formales donde se plasmen las indicaciones delegadas, se considera que los integrantes de la organización tienen conocimiento de las tareas por realizar e incluso las nuevas ideas son tomadas en consideración en el desarrollo de nuevas actividades (ver figura 5).

Figura 5

Conocimiento de las actividades



Fuente. - Elaboración propia

Asimismo, se encontraron que los valores de la organización son compartidos entre los integrantes a través de prácticas informales dentro de la organización considerándose que estos son compartidos entre los mismos integrantes. Valores que forman parte del clima laboral han evolucionado desde el origen de sus operaciones, derivado que se han ido modificando o fortaleciendo las acciones en cuanto al trato del recurso humano se refiere y con la finalidad de mejorar la satisfacción de los clientes y presencia en el mercado.

Además, el clima laboral se convierte en un fenómeno donde los buenos resultados dentro de las organizaciones mejoran la percepción de los trabajadores, donde ven la realidad y la interpretación que hacen de ella reviste vital importancia para la organización.

Encinas, (2019) considera dentro de su literatura, un fenómeno circular en el que los resultados obtenidos por las organizaciones, condiciona la percepción de los trabajadores, y dicha

percepción lleva al clima laboral. La forma en que los empleados ven la realidad y la interpretación, hacen de ella una parte de vital importancia para la organización.

Dentro de las Pymes de Aguascalientes el clima laboral no se presenta de manera favorable, siendo un área de oportunidad para las organizaciones mexicanas Pymes, convirtiéndose en un foco por atender. Dentro de los resultados obtenidos en la investigación, el 6% de las organizaciones entrevistadas mencionó haber realizado un estudio para medir el clima laboral.

Al hablar de capacidades (saber-hacer), el desarrollo de capacidades de aprendizaje, colaboración, comunicación, conciliación familiar, liderazgo, se encontró que de manera general se cuenta con una muy buena relación entre los equipos de trabajo, es importante mencionar que al ser empresas del sector manufacturero se caracterizan por compartir conocimientos entre los mismos integrantes.

La realidad es que las Pymes que operan en la actualidad y no solo del Estado de Aguascalientes si no del país, en su mayoría son empresas familiares donde son controladas entre el 80 y 100% por algún integrante de la familia, convirtiéndose en pilares en la sociedad, que como se ha mencionado se convierten en generadoras de empleos y de grandes ingresos al país (García, 2021). Martínez, (2010) considera las empresas familiares se convierten en un gran aportador al producto interno bruto (PIB) y motor para la economía mexicana, ya que representa entre el 45% y 70%, así que estas empresas familiares, se consideran de gran importancia y de estudio.

Capital Estructural (CE)

En relación con la estructura de las organizaciones familiares, donde se incluyen los procesos formales de la organización, incluye el diseño y desarrollo organizativo. Donde el autor (Ocampo et al., 2019) plantea que la especialización en el trabajo, departamentalización, cadena de mando, extensión de control, centralización y descentralización y formalización son consideraciones fundamentales cuando se diseña la estructura de la organización.

El estudio arroja que cerca del 56% de las empresas dicen contar con un organigrama estructurado, y la mayoría expresó respetar la estructura. Es de suma importancia estudiar los distintos departamentos o áreas que integran la organización; la creación de una jerarquía y área de



responsabilidad; el diseñar los perfiles de puestos para la definición de tareas de cada uno de los empleados facilita la división de tareas y evitar el surgimiento de conflictos.

En relación con el Capital Tecnológico (CT), la tecnología se volvió un recurso esencial para las Pymes, ya que tienen como objetivo crecer dentro del ramo en el que se desarrollan, se han vuelto una herramienta para optimizar y mejorar los procesos de producción, organización, logística, ventas, cobranza, capacitación, y más.

Se encontró que para el caso de empresas familiares Pymes, aquellas actividades relativas con la generación de activos intangibles como los son inversión en desarrollo y tecnología, generación de procesos automatizados, sistemas de información, secretos industriales, no son totalmente realizados en por este tipo de organizaciones, lamentablemente se crea un fenómeno donde el difícil acceso a las líneas de crédito para las Pymes se vuelve inalcanzable o en su caso no cuentan con el capital necesario para inversión, y por lo tanto no es posible poder llegar a una inversión en relación a una tecnología integra dentro de la organización familiar.

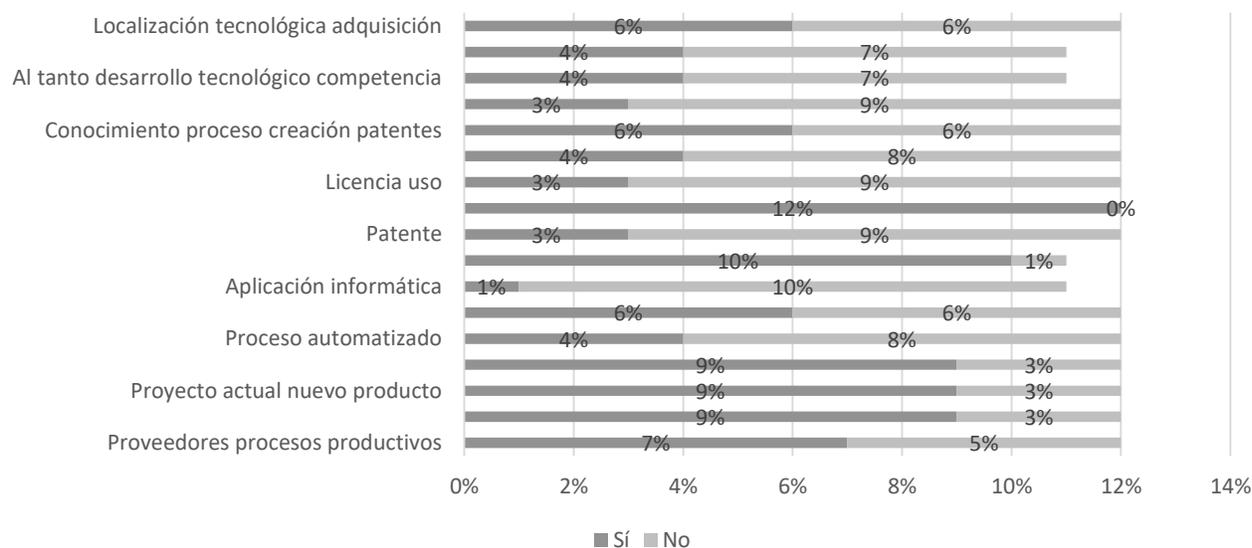
Las Pymes familiares prefieren invertir en procesos de producción de acuerdo con los autores Maldonado et al. (2011) el buscar una mejora en los procesos productivos ayuda a la confiabilidad del proceso y el control administrativo, lo que ayuda a las organizaciones tener un control eficiente en sus operaciones, mejorando el rendimiento de las Pymes.

Los encuestados arrojaron que las organizaciones familiares, en su mayoría tienen algún tipo de inversión tecnológica que le ayudan a estar vigentes y obtener un mayor nivel de competitividad en los mercados (ver figura 6).



Figura 6

Actividades tecnológicas dentro de las empresas Pymes familiares



Fuente. - Elaboración propia

En la actualidad, la mayoría de las Pymes están evolucionando a pasos agigantados, sobre todo porque se están volviendo capaces de ofrecer productos más personalizados a sus clientes, permitiendo competir ante un mercado más globalizado. Las nuevas generaciones de las organizaciones familiares consideran la transformación digital un factor fundamental para incrementar la competitividad y con ello, ayudar a su permanencia.

Capital Relacional

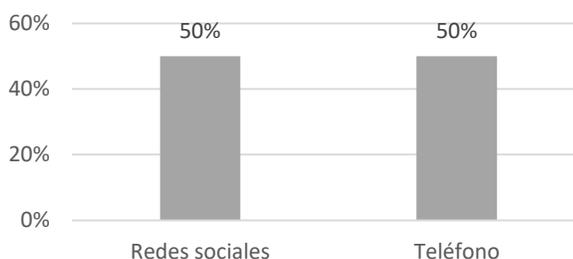
En el texto España (2018) hace alusión aquellas relaciones que el empresario mantiene con los clientes, con proveedores, las relaciones con accionistas instituciones e inversores, las relaciones con aliados, relaciones con competidores, las relaciones con instituciones de promoción y mejora de la calidad, y relaciones con los empleados. Actualmente, las Pymes independientemente de su tamaño, cada vez se hace más indispensable fortalecer las relaciones con

los clientes, donde en muchas de las ocasiones el uso de la tecnología se vuelve una herramienta importante para poder llegar a ellos, tales medios de comunicación como las redes sociales, televisión e internet; se han convertido en herramientas para las personas para llegar a conocer los productos y/o servicios de las organizaciones, sin dejar a un lado los dispositivos más utilizados por los clientes como teléfono inteligente, Tablet, cámaras inalámbricas, entre otros.

Se observa que la relación con los clientes se ha visto fortalecido principalmente con aquellos que se encuentran dentro de la región de occidente, permite detallar cómo vas a obtener, retener y hacer crecer el portafolio de clientes. Dentro de las organizaciones familiares en Aguascalientes, este tipo de herramientas se vuelven un factor importante para ver y analizar las necesidades e incertidumbres de los clientes hacia sus productos y/o servicios. Las Pymes familiares consideran como medio de comunicación importante las redes sociales y el uso de medios telefónicos (ver figura 7) en el caso de las redes sociales, Facebook es una de las redes sociales más utilizadas por los clientes.

Figura 7

Medios de comunicación con los clientes



Fuente. - Elaboración Propia

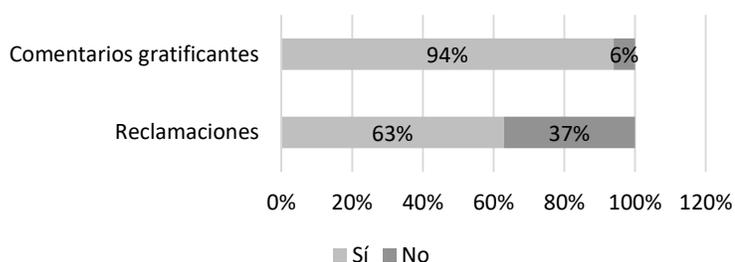
Por otro lado, al consumidor le permite a la hora de comprar le permite acceder a la información de tiempo real a la hora comprar, porque les permite acceder a la información del producto o servicio en tiempo real, el ver y analizar las opiniones de otros clientes, o hasta comparar para optar por la que más le pueda beneficiar.

Para las organizaciones los comentarios gratificantes y las quejas son dos puntos muy importantes, ya que, permiten conocer cuáles son los puntos de vista de los productos o servicios que han adquirido los clientes con la organización, ayudan a identificar fallas en el servicio o los procesos, y permite convertir la insatisfacción en lealtad.

Dentro de las Pymes familiares de han presentado en su mayoría más comentarios gratificantes en cuanto al producto por parte de los clientes en contraste a las reclamaciones. Lo cual nos indica que la percepción del cliente es aparentemente satisfactoria en la mayoría de los casos (ver figura 8).

Figura 8

Relaciones con los clientes, reclamaciones y cometarios

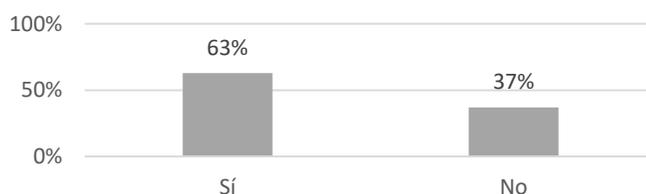


Fuente. - Elaboración propia

Por otra parte, los puntos de venta son una parte importante dentro de las Pymes familiares, ya que permite llegar con mayor facilidad a los clientes, la mayoría de las organizaciones familiares coincide en contar con al menos un punto de venta. Y respecto al principal canal de distribución en su mayoría son tiendas del ramo al que pertenecen (ver figura 9).

Figura 9

Puntos de Venta

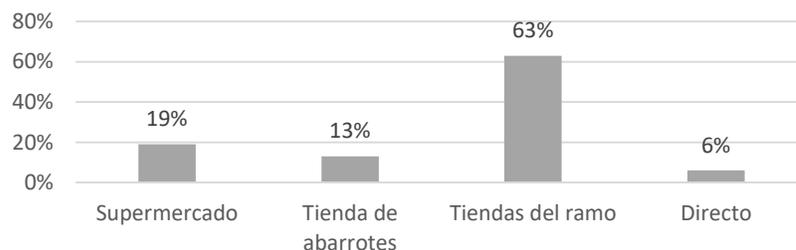


Fuente. - Elaboración propia

Respecto a los canales de distribución dentro de las Pymes familiares, permite acercar el producto al cliente, llegando a satisfacer sus necesidades. La mayoría cuenta con al menos un punto de venta (62%), y respecto al principal de distribución en su mayoría son tiendas del ramo al que pertenece (ver figura 10), lo que ayuda a conseguir ampliar el mercado de la organización.

Figura 10

Canales de distribución



Fuente. - Elaboración propia

Referente a las relaciones con proveedores, éstos están ubicados en su mayoría dentro del territorio nacional, siendo principalmente ubicados en el Estado de México y Jalisco, siendo la relación con los proveedores en su mayoría muy buena.

Por último, las relaciones con otras empresas la mayoría dice sí tener una relación muy buena con alguna otra empresa lo que eso ha traído en su mayoría algún tipo de ventaja, que le ha permitido incrementar sus ventas. Considerando que se tiene un amplio conocimiento sobre la

existencia de la competencia directa, lo que incluso ha permitido incluso crear proyectos conjuntos entre organizaciones similares y la propia organización.

Alcances y Limitaciones

El presente artículo, más allá de exponer el comportamiento de las pequeñas y medianas empresas del Estado de Aguascalientes, tuvo el propósito de mostrar cómo a partir de disciplinas administrativas, es posible visibilizar otros paradigmas sobre un tema de interés y frecuentado en las investigaciones del área. Se hace necesaria la continua mirada transdisciplinar para dar cuenta de contextos complejos y con la sensibilidad para identificar los elementos constitutivos de los entornos socioeconómicos específicos. Por tanto, se hace necesario visibilizar aspectos de la empresa como la historia, trayectoria y participación de la familia, que dirigen las políticas, formas de organización, formas de hacer negocios y toma de decisiones de los empresarios. A pesar de que la muestra es relativamente pequeña, la información percibida es extensa y es capaz de brindar información que permita interpretar la realidad, una realidad muy mexicana, muy aguascalentense. Por lo que sería pertinente para posteriores estudios realizar una mayor muestra, principalmente para una mayor representatividad estadística.

Conclusión

Desde los primeros estudios sobre el Capital Intelectual en los años noventa, este tema se ha convertido en una línea de gran relevancia para la investigación y estudio de las organizaciones. Sin embargo, dicho análisis se ha centrado principalmente en organizaciones con una estructura administrativa previamente establecida y elementos estandarizados estrechamente relacionados con la gran empresa.

Las MiPyMEs han demostrado que, a pesar de contar una estructura limitada, y características no tan complejas como las de gran tamaño, muestran características propias al momento de la construcción del Capital Intelectual. Por lo que, resulta importante el considerar a

todas las empresas como entes dinámicos, con elementos, condiciones internas y externas que con el paso del tiempo influyen en su dinámica actual (Joya et al., 2015; Mariño, 2011).

En este sentido la conformación del Capital Humano se centra en una dirección familiar, empresas familiares, generadoras de empleos y de grandes ingresos no solo para la familia sino para el país (García, 2021); donde los integrantes de las empresas estudiadas tienen una antigüedad en su mayoría de 2 a 5 años, siendo en su mayoría miembros cercanos o incluso del propio círculo familiar. Además, la toma de decisiones, así como el conocimiento de las habilidades para la elaboración de los procesos es dirigida por el mismo empresario, visibilizando que las indicaciones y facultades son asignadas de manera informal, siendo en su mayoría de manera hablada y en el momento requerido, sin una planeación previa de manera oficial. Elementos considerados al momento de un análisis de clima laboral, el cual solo el 6% mencionó haber realizado un estudio para su medición.

En cuanto a Capital Estructural que refiere a aquel conjunto de conocimientos que interfieren en el comportamiento de la organización, encontramos que estas organizaciones al ser de origen y capital familiar, se transmiten los valores como la honestidad, compromiso y responsabilidad al momento de realizar las tareas asignadas previamente por el empresario. Teniendo la apertura de escuchar las sugerencias de los integrantes relativas a alguna de las actividades del proceso productivo, fomentando la creatividad de los participantes. Activos intangibles que a pesar de estar presentes en la vida cotidiana, forman parte de la vida laboral y de la organización (Kianto et al. 2010 citado por Aramburu et al., 2013; Edvinsson & Richtner, 1999; Kianto, 2008; Ordoñez, 2004).

En relación con las actividades tecnológicas dentro de las empresas familiares del presente estudio, se obtuvo que a pesar de no contar con una inversión considerable en términos de Investigación y Desarrollo, las empresas realizan acciones enfocadas con el conocimiento de las actividades tecnológicas, como lo son la creación de patentes, realizar acciones para el registro de marca, uso de sistemas de información, y enfoque en el desarrollo de un nuevo producto.



En relación con aquellas relaciones existentes entre la organización con los clientes, internos, externos y demás integrantes de cada uno de los grupos de interés de la empresa, encontramos que muestran una estrecha cercanía con los clientes externos, al contar con diferentes puntos de venta, teniendo comentarios gratificantes en el intercambio de productos. En cuanto a las relaciones con proveedores, en su mayoría son de origen nacional, más no local. Resulta interesante como a pesar de contar y tener conocimiento de la competencia directa, los empresarios no lo perciben como un punto negativo si no que lo perciben como una oportunidad de crear alianzas que les permita abarcar un mercado más amplio.

Tal como se analizó en este presente artículo, hay elementos entre los indicadores del CI que resultan necesarios sean estudiados más allá de una respuesta dicotómica y escala de frecuencia, es indispensable saber cómo se contruyen los activos intangibles, así como, qué elementos resultan relevantes para su formación, tal es el caso de la familia, que se ha convertido en una pieza elemental en el desarrollo de estas organizaciones, siendo una pauta para llevar a cabo sus actividades y está presente en el momento de la generación de activos que brindan valor a la empresa.

Referencias

- Abdu, M., & Jibir, A. (2018). Determinants of firm's innovation in Nigeria. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(3), 448–456. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2017.07.006>
- Abello, J., Mancilla, C., & Arismendi, N. (2013). La influencia del capital organizacional en el desarrollo y sobrevivencia de la MIPE'S. *Revista Chilena de Economía y Sociedad*, 7(1 y 2). <http://rches.utem.cl/articulos/la-influencia-del-capital-organizacional-en-el-desarrollo-y-sobrevivencia-de-la-mipes/>
- Ajarrar, N., & Berjaoui, A. (2020). Intellectual Capital and perceived employability: which impact on young graduates? *International Journal of Management Sciences*, 3(4), Article 4. <https://revue-isg.com/index.php/home/article/view/400>
- Akpınar, A. T., & Akdem, A. (s/f). *Intellectual Capital*. 9.



- Alfonso, R. (2019). La importancia del capital humano en la organización. Fundación Universidad de América.
- Al-Hyari, K. (2013). Identification of barrier factors and potential solutions to SMES development among Jordanian manufacturing sectors. *International Journal of Business and Management*, 8(24), 132–140. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n24p132>
- Angulo, K. C. (2016). La Empresa Familiar una temática en desarrollo. Revisión literaria. “Oikos Polis”, *Revista Latinoamericana de Ciencias Económicas y Sociales (RLCES)*, 1(1), 175–198.
- Aparicio, G., Iturralde, T., & Sánchez-Famoso, V. (2019). Innovation in Family Firms: A Holistic Bibliometric Overview of the Research Field. *European Journal of Family Business*, 9(2), 71–84. <https://doi.org/10.24310/ejfbefjb.v9i2.5458>
- Aramburu, N., Sáenz, J., & Blanco, C. (2013). Structural capital, innovation capability, and company performance in technology-based Colombian firms. 2(2), 20–29. <https://doi.org/10.5295/cdg.130427na>
- Barroso, A., Sanguino, R., & Bariegil, T. (2012). Diferentes criterios del concepto de empresa familiar. Una aportación desde Extremadura, España. 7(83), 611–622.
- Becker, G. (2002). The Age of Human Capital. 6.
- Bontis, N., Chua Chong Keow, W., & Richardson, S. (2000). Intellectual Capital and business performance in Malaysian industries. *Journal of Intellectual Capital*, 1(1), 85–100. <https://doi.org/10.1108/14691930010324188>
- Bueno, E., Del Real, H., Fernandez, P., Longo, M., Merino, C., Murcia, C., & Salmador, Ma. P. (2011). Modelo Intellectus: Medición, Gestión e información del Capital Intelectual. Universidad Autónoma de Madrid.
- Camino, S., & Bermúdez, N. (2021). Las Empresas Familiares en el Ecuador: Definición y aplicación metodológica | X-pedientes Económicos. 2(3), 46–72.
- Canale, F., & López-Hernández, C. E. (2018). Heterogeneidad en el tamaño de las empresas familiares: El caso de México. *RAN: Revista Academia & Negocios*, 1(4), 35–42.

- Cuevas-Vargas, H., Estrada, S., Cortes Palacios, H., & Lemus, L. (2019). Innovación de procesos en la PYME familiar mexicana. *17*, 17–42.
- Dodero, S. (2011). Investigación sobre la Empresa Familiar en Latinoamérica.
[http://www.biblioferrersalat.com/media/documentos/Investigacion%20sobre%20la%20Empresa%20Familiar%20en%20Latinoamerica%20\(2\).pdf](http://www.biblioferrersalat.com/media/documentos/Investigacion%20sobre%20la%20Empresa%20Familiar%20en%20Latinoamerica%20(2).pdf)
- Edvinsson, L. (1997). Developing Intellectual Capital at Skandia. *Long Range Planning*, *30*(3), 366–373. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(97\)90248-X](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(97)90248-X)
- Edvinsson, L., & Richtner, A. (1999). Words of value-giving words to IC. Sweden: Skandia.
- Encinas, L. del C. (2019). Importancia de la calidad de vida de los trabajadores en el clima laboral de las PYMES. *12*(29), 6–25. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.v0i29.243>
- España, N. L. (2018). Relación entre Capital Intelectual e innovación en empresas manufactureras participantes en el programa estatal hecho en Aguascalientes. Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Esparza, S. A., Martínez, J. A., & Esquivel, E. (2021). Underground innovation in Mexican SME. *Revista Veritas Et Scientia - UPT*, *10*(2), 266–282. <https://doi.org/10.47796/ves.v10i2.566>
- Flores, O., Basurto, K., & Sánchez, J. (2019). Validez y confiabilidad de una escala de medición del Capital Intelectual en PyMEs. *Contaduría y Administración*, *64*, 1–18.
<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.2398>
- Fuentes, G., Vallejo, M., & Martínez, R. (2007). Factores para tener en cuenta en la expansión internacional de la empresa familiar. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. *13*(2), 75–96.
- García, P. M. (2021). La importancia de la cultura organizacional en una PYME familiar del sector restaurantero [Benemérita Universidad Autónoma de Puebla].
<https://repositorioinstitucional.buap.mx/bitstream/handle/20.500.12371/15417/20211019192507-6135-T.pdf?sequence=1>

- García-Sánchez, A., Siles, D., & Vázquez-Méndez, M. de M. (2019). Competitiveness and innovation: Effects on prosperity. *Anatolia*, 30(2), 200–213.
<https://doi.org/10.1080/13032917.2018.1519179>
- Gobierno del Estado de Aguascalientes. (2022). Pymes en Aguascalientes. Gobierno del Estado De Aguascalientes. <https://www.gobiernodeaguascalientes.com.mx/blog/articles/Pymes-en-Aguascalientes>
- González, L. M., Morán, E. C., Mendoza, R., González, L. M., Morán, E. C., & Mendoza, R. (2018). Caracterización de las empresas familiares: Caso Durango (México). *Pensamiento & Gestión*, 44, 102–131. <https://doi.org/10.14482/pege.44.9617>
- INEGI. (2020, junio). Estadísticas a propósito del día de las micro, pequeñas y medianas empresas [Estadística Geográfica]. Instituto Nacional de Estadística y Geografía; Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI.
<https://www.inegi.org.mx/app/saladeprensa/noticia.html?id=5792>
- INEGI. (2021). Estudio sobre la demografía de los negocios 2021. INEGI.
<https://www.inegi.org.mx/app/saladeprensa/noticia.html?id=7070>
- Jacobo-Hernández, C. A., Leyva-Osuna, B. A., & Ochoa, Y. J. D. (2019). Influence of intellectual capital on organizational performance in tourism companies in Mexico. 15(1), 72–81. <https://doi.org/10.4067/s0718-235x2019000100072>
- Joya, R., Gámez, L., Ortiz, M., & Gálvez, A. (2015). Medición del Capital Intelectual en empresas mexicanas. *Retos de la Dirección*, 9(1), 79–81.
- Jurczak, J. (2008). Intellectual Capital Measurement Methods. *Economics and Organization of Enterprise*, 1, 37–45. <https://doi.org/10.2478/v10061-008-0005-y>
- Kianto, A. (2008). Development and validation of a survey instrument for measuring organizational renewal capability. *International Journal of Technology Management*, 42(1–2), 69–88. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2008.018061>
- León, A. C. (2020). Las dimensiones del Capital Intelectual y la cultura empresarial en las microempresas del sector manufacturero. 24(100), 4–10.



- López, J. L., Falconí, L. X., López, J. F., & Pomaquero, J. C. (2018). Gestión de la innovación en las organizaciones. <https://eumed.net/ce/2018/3/innovacion-organizaciones.html>
- Maldonado, G., Martínez, M. del C., Hernández, O., & García, D. (2011). El impacto de los procesos de producción en el rendimiento de la pyme manufacturera de México: Un estudio empírico. *Tec Empresarial*, 5(1), 21–30.
- Mariño, A. A. (2011). La desestructuración en la teoría de la administración: Un análisis de las modas administrativas. https://www.ucentral.edu.co/sites/default/files/inline-files/2015_desestructuracion_teor%C3%ADa_administracion_001.pdf
- Martín, G., Navas, J. E., García, F. E., & López, P. (s/f). A new model to measure and manage Intellectual Capital. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.446.4904&rep=rep1&type=pdf>
- Martín-de-Castro, G., Emilio Navas-López, J., López-Sáez, P., & Alama-Salazar, E. (2006). Organizational capital as competitive advantage of the firm. *Journal of Intellectual Capital*, 7(3), 324–337. <https://doi.org/10.1108/14691930610681438>
- Martínez, J. (2010). *Empresas familiares. Reto al destino: Claves para perdurar con éxito* (1ra ed.). Ediciones Granica S.A. https://books.google.com.gt/books?id=dL1cEW0KML0C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Mendoza, M., & Filio, Y. (2017). El impacto de las barreras a la innovación que limitan la competitividad de las pymes exportadoras de cacao [Universidad San Ignacio de Loyola]. http://200.37.102.150/bitstream/USIL/2680/1/2017_Mendoza_El-impacto-de-las-barreras-a-la-innovacion.pdf
- Morales, L. E. (2019). Capital Intelectual y desempeño organizacional: El caso de las instituciones de educación básica en México. *Intellectual Capital and organizational performance: the case of basic education institutions in Mexico.*, 47, 180–202.
- Navas, W. H. (2017). Investigación e innovación, factores de crecimiento en las PYMES. 4(12), 254–268.



- Ocampo, W. L., Huilcapi, N. H., & Cifuentes, A. F. (2019). La estructura organizacional en función del comportamiento del capital humano en las organizaciones. *RECIMUNDO*, 3(4), 114–137. [https://doi.org/10.26820/recimundo/3.\(4\).diciembre.2019.114-137](https://doi.org/10.26820/recimundo/3.(4).diciembre.2019.114-137)
- Ordoñez, P. (2004). Las cuentas de Capital Intelectual como complemento del informe anual. Departamento de Administración de Empresas y Contabilidad, 63–74.
- Pinget, A., Bocquet, R., & Mothe, C. (2015). Barriers to Environmental Innovation in SMEs: Empirical Evidence from French Firms. *M@n@gement*, 18(2), 132–155.
- Prester, J., Podrug, N., & Darabos, M. (2016). Four-Component Model of Intellectual Capital and Its Impact on Process and Product Innovations. University of Zagreb, Faculty of Economics and Business, https://bib.irb.hr/datoteka/842597.IC_VENECIJA_KONACNO_2016_skraceno_dodatak_menagerske_implikacije.pdf
- Ramón-Poma, G. M., & Hinojosa, A. V. (2020). Capital Intelectual y sus dimensiones: Una revisión de literatura. 14.
- Strobel, N., & Kratzer, J. (2017). Obstacles to innovation for SMES: Evidence from Germany. *International Journal of Innovation Management (Ijim)*, 21(03), 1–28. <https://doi.org/10.1142/S136391961750030X>
- Talegeta, S. (2014). Innovation and Barriers to Innovation: Small and Medium Enterprises in Addis Ababa. 2(1), 83–106.
- Vargas, Y. (2020). Medición del Capital Intelectual para Universidades Acreditadas. Universidad de Castilla La Mancha.
- Vidotto, J. D. F., Ferenhof, H. A., Selig, P. M., & Bastos, R. C. (2017). A human capital measurement scale. *Journal of Intellectual Capital*, 18(2), 316–329. <https://doi.org/10.1108/JIC-08-2016-0085>
- Zamora, I. (2022, abril 11). Fortalecer a las Pymes, el impulso para la reactivación económica. Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/red-forbes-fortalecer-a-las-pymes-el-impulso-para-la-reactivacion-economica/>



Zhu, Y., Wittmann, X., & Peng, M. (2011). Institution-based barriers to innovation in SMEs in China. *Asia Pacific Journal of Management*, 29(4), 1131–1142.
<https://doi.org/10.1007/s10490-011-9263-7>

CÓMO CITAR

Murillo Solis, M., España Martínez, N. L., & Chavez Hernandez, M. H. (2022). Factor de Influencia en la Conformación del Capital Intelectual y su Impacto en la Innovación en Pymes Familiares. *Revista De Investigación Académica Sin Frontera: División De Ciencias Económicas Y Sociales*, (38). <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi38.484>

