

XV Congreso Internacional de Análisis Organizacional

Educación Superior y Desarrollo Sustentable

Agronegocios y Capital Intelectual: Evidencia Empírica en Empresas

Guasavenses

Mesa de Temática: Sustentabilidad y Responsabilidad Social

Modalidad: Investigación concluida

Autor(es): Dra. María de los Ángeles Cervantes Rosas

maria.cervantes@udo.mx

Dr. Heleodoro Sotelo Sánchez

hss_8@hotmail.com

Dra. Fridzia Izaguirre Diaz De León

fridzia.izaguirre@udo.mx

Dr. Daniel García Urquidez

Email: dgarcia95@gmail.com

Universidad de Occidente (México)

Domicilio: Av. Universidad S/N Fracc. Villa Universidad, Guasave, Sinaloa, México.

Teléfono: 687 878 02 96

Guanajuato, Gto.

8 al 11 de noviembre de 2016

Agronegocios y Capital Intelectual: Evidencia Empírica en Empresas Guasavenses

Resumen

El capital intelectual se ha convertido en un elemento clave para la permanencia de las empresas y como una fuente de ventaja competitiva para las organizaciones que lo gestionan adecuadamente. En la era del conocimiento, el capital intelectual adquiere mayor importancia por su capacidad para generar valor y contribuir al logro de los objetivos organizacionales.

Es por ello, que esta investigación pretende identificar cómo las organizaciones agrícolas gestionan los elementos del capital intelectual así como la incorporación de los beneficios económicos en los estados financieros. Se hizo uso de la metodología cuantitativa por medio de una encuesta compuesta por las tres dimensiones del capital intelectual y la parte relativa a estados financieros.

La encuesta se aplicó a propietarios, dirigentes y mandos medios de los agronegocios guasavenses encontrando principalmente el privilegio del trato justo a clientes y proveedores, una adecuada comunicación y la búsqueda de la mejora del clima organizacional; por otro lado, también se aprecia una gestión incipiente del capital intelectual, el uso deficiente de tecnologías y falta de manuales de puesto que indiquen responsabilidad a los colaboradores.

Palabras Clave: Conocimiento Organizacional, Capital Humano, Capital Estructural, Capital Relacional, Normatividad Financiera.

Introducción.

Sinaloa es líder en la producción de alimentos en México, dando trabajo a más de 165 mil personas (Ojeda, 2014), cuenta con condiciones privilegiadas como son sus suelos, la hidrografía y el clima húmedo lo que favorece la producción (Ortega, 1999). La agricultura es tecnificada y la producción se desplaza principalmente a los Estados Unidos sobre todo hortalizas; también se cubren necesidades de gran parte de la población del país.

El municipio de Guasave, en el estado de Sinaloa; es conocido como “el corazón agrícola de México” por dedicar gran parte de su territorio a la producción de alimentos sobre todo maíz, frijol y hortalizas de gran calidad. En el municipio de Guasave hay empresas que se dedican a desarrollar estas actividades, sin embargo la mayor parte de la producción proviene de personas que pertenecen a los diferentes ejidos que existen en el municipio.

Sin embargo, no se encontraron estadísticas de negocios o bases de datos del total de empresas dedicadas a prestar servicios a los productores agrícolas por lo que se buscó identificar la mayor parte de las mismas para lograr el objetivo de la presente investigación.

En cuanto a la estructura de la presente, esta inicia con una introducción donde se destaca la importancia de la actividad agrícola en el Estado de Sinaloa por su generación de empleos. Entre las dieciocho circunscripciones geográficas del Estado, el municipio de Guasave posee la mayor cantidad de tierra cultivable toda ella de riego por gravedad y la actividad agrícola que desarrolla es

tecnificada, de ahí, que su producción anual de granos y oleaginosas es muy elevada.

Se prosigue con un marco teórico donde se desarrollan las cinco palabras clave: Conocimiento Organizacional, Capital Humano, Capital Estructural, Capital Relacional y Normatividad Financiera. En relación a la primera de ellas, se tiene que el conocimiento propio e idiosincrásico que la organización acumula en su ciclo de vida, determina su capacidad para explotar y combinar los recursos para la producción específica de productos y servicios. Concluye que es la heterogeneidad y no la homogeneidad de productos y servicios disponibles o potencialmente disponibles lo que da a cada empresa su carácter único.

Posteriormente, se abordan las dimensiones del capital intelectual, donde se enfatiza que el capital humano se encuentra integrado por el stock de conocimientos tanto tácitos como explícitos que poseen los miembros de la organización (Bontis N, Crossan M. y Hulland J. 2002). Por su parte, el capital estructural se concibe como el conocimiento que la empresa ha podido internalizar y que permanece en la organización, ya sea en su estructura, en sus procesos o en su cultura, aun cuando los empleados abandonan ésta (Sánchez A, Melian A. y Hormiga E. 2007).

Por último, el capital relacional es la dimensión externa del capital intelectual, que se fundamenta sobre la consideración de que las empresas no son sistemas aislados, sino abiertos que se relacionan con el exterior. Por tanto, este tipo de capital incluye el valor que generan las relaciones de la empresa, no sólo con clientes, proveedores y accionistas, sino con todos sus grupos de interés, tanto

internos como externos (Sánchez A, et al. 2007). Se culmina el marco teórico con el apartado de normatividad financiera donde se señalan las principales normas en relación con la inclusión de intangibles en los estados financieros emitidas por el Consejo Mexicano para la Investigación de las Normas de Información Financiera (IMCP, 2014). Así mismo, se incluyen las características de los activos intangibles (Cervantes y Gallardo, 2012).

En el apartado metodológico se menciona que se utilizó una metodología cuantitativa de tipo descriptivo o transversal, donde el principal instrumento utilizado fue una encuesta integrada por las tres dimensiones del capital intelectual y la parte relativa a estados financieros, misma que se aplicó a propietarios, dirigentes y mandos medios de los agronegocios guasavenses. Entre las conclusiones principales sobresale la prioridad otorgada al privilegio del trato justo a clientes y proveedores, una adecuada comunicación y la búsqueda de la mejora del clima organizacional, aunada a una gestión incipiente del capital intelectual, el uso deficiente de tecnologías y falta de manuales de puesto que indiquen responsabilidades a los colaboradores.

Marco Teórico.

En este apartado se aborda el desarrollo de las palabras clave en base a los teóricos más relevantes en cada una de ellas.

Conocimiento organizacional.

La gestión adecuada del capital intelectual puede dar origen a una ventaja competitiva por lo que se vuelve un asunto trascendental; mejora el nivel de satisfacción de los colaboradores, incrementa el compromiso con el cumplimiento

de los objetivos organizacionales y la productividad, también tiene influencia de en la mejora del clima de las organizaciones (ADEC, 2009).

En este sentido, el capital intelectual es el conocimiento, experiencia aplicada, tecnología organizativa, relaciones con los consumidores y contactos empresariales que posee una organización y que le permiten alcanzar una posición ventajosa en el mercado” (Pérez y Bustamante, 2003). Desde esta perspectiva el Capital Intelectual es simplemente el stock de conocimiento en la empresa (Dierickx y Cool, 1989).

En este orden de ideas, Lev (2001) puntualiza que indistintamente se utilizan los términos capital intelectual, activos intangibles y activos de conocimiento. Así, este autor afirma que los tres términos han sido ampliamente utilizados en la literatura, si bien en la contable se utiliza preferentemente el de recursos intangibles, en la económica el de activos de conocimiento y en la de empresa el de capital intelectual.

En este contexto, los activos de conocimiento se abordan desde la perspectiva de la gestión del conocimiento, la cual ha resurgido como una perspectiva dominante que puede ser utilizada para explicar las dinámicas competitivas de los entornos cambiantes de la década de los noventa. Dicha perspectiva basada en los recursos ve a la empresa como un portafolio de competencias, las cuales son la fuente de ventajas competitivas sostenibles y residen en las competencias distintivas de la empresa y en su habilidad para obtener beneficios de las mismas (Knuden, 1995).

De acuerdo con Porter (1985), es a través de la dirección estratégica que se puede pasar de una orientación producto-mercado (donde las empresas y sus productos deben posicionarse con relación a su mercado y a sus competidores), a un contexto en el cual las empresas operan en entornos globales y donde se acelera el cambio tecnológico.

En este nuevo contexto el enfoque producto-mercado encuentra limitaciones prácticas por lo que actualmente existe un interés hacia los recursos internos de la propia empresa, específicamente hacia los recursos humanos que son los que poseen el conocimiento.

Según Knuden (1995) la perspectiva basada en los recursos de la empresa explica la heterogeneidad en las mismas, la cual puede ser explicada por el hecho de que a través de su ciclo de vida, acumula un conocimiento propio e idiosincrásico, que determina la capacidad para explotar y combinar los recursos para la producción específica de productos y servicios. Es la heterogeneidad y no la homogeneidad de productos y servicios disponibles o potencialmente disponibles lo que da a cada empresa su carácter único.

Así pues, el enfoque basado en los recursos y capacidades sugiere que los recursos que posee una empresa son más importantes que la manera en que está estructurada la industria a la que pertenece (Schendel, 1994). Para este enfoque estratégico, la ventaja competitiva de la empresa puede ser obtenida a través de las formas en que la organización configure y administre sus recursos internos que, cada vez más, serán una fuente de ventaja diferenciadora entre las

empresas. Según este enfoque, el desempeño es el resultado de diferencias en la eficiencia más que del poder de mercado.

Desde el punto de vista de las organizaciones el término “conocimiento” está sujeto a varias y diversas interpretaciones propuestas por diferentes autores. Según Osho (2002), la definición de “conocimiento” se cimienta en el entendimiento de la diferencia que existe entre “conocer” y “conocimiento”; donde, el primero se refiere a la experiencia y el segundo a la teoría. A su vez, Juárez (2000) amplía más estos conceptos al citar que “conocer es entrar en posesión de un conjunto de experiencias proposicionales diversas que ofrecen las condiciones de posibilidad para responder, intelectualmente, a una situación cognoscitiva determinada”. Piaget, por su parte, establece que “el conocimiento es una interpretación de la realidad que el sujeto realiza interna y activamente al actuar en forma recíproca con ella” (Piaget, citado en Labinowicz, 1998).

Es por ello, que la gestión del conocimiento organizacional como fuente de ventajas competitivas debe ser vista bajo un enfoque basado en la teoría de las capacidades dinámicas de la empresa; para la cual, la principal fuente de ventaja competitiva son los recursos, esencialmente los recursos humanos, y sus capacidades, es decir su conocimiento tácito o sea aquello que la empresa sabe hacer mejor que sus competidores y que se refleja en sus rutinas organizativas (Winter, 1987; Grant, 1991).

De esta manera, se tiene que el conocimiento se centra en tres aspectos, principalmente: primero, es necesario generar conocimiento a través de los

individuos que componen la organización, ya que ellos son los responsables de su creación (Nonaka y Takeuchi, 1995). Segundo, el conocimiento que ha sido creado dentro de la organización por alguno de sus miembros, debe ser transferido a otros individuos para que de esta forma sea conocido por todos (Grant, 1991). Tercero, una vez que el conocimiento ha sido transferido y recibido, deberá ser integrado con el conocimiento organizativo ya existente (Zárraga y García-Falcón, 2003).

De igual forma, Polanyi (1996) sostiene que todo conocimiento es tácito o bien está enraizado en conocimiento tácito, y que las nuevas experiencias son siempre asimiladas por medio de conceptos que el individuo ya posee y que, de algún modo, recibió o heredó de otros usuarios del lenguaje. Toda comunicación se basa en una medida significativa en conocimientos que no pueden expresarse, como tampoco puede expresarse nuestro conocimiento de los procesos mentales, ya que dichos conceptos son tácitos.

En consecuencia todo conocimiento se basa en una dimensión tácita, de ahí que Polanyi describa al conocimiento tácito como aquel que surge de la experiencia, de la reflexión personal y de las respuestas que cada quien halla dado a sus necesidades en un contexto específico. Mientras que, al conocimiento explícito lo describe como conocimiento objetivo y racional que puede ser expresado con palabras, números, fórmulas, etc, y por tanto, se puede transmitir más fácilmente que el anterior gracias a los sistemas de tecnologías de la información y comunicación.

Dimensiones del capital intelectual:

A la hora de establecer una clasificación de los distintos elementos que componen el capital intelectual existe un cierto consenso de dividir a este en tres componentes: el capital humano, el capital estructural y el capital relacional. Por ello, a continuación, se analiza el significado de cada una de estas dimensiones tal y como han sido concebidas por los distintos autores tanto en sus reflexiones teóricas como en la definición de los modelos que han formulado para su medición. Por otro lado, aunque se presenta cada uno de los bloques de forma aislada, no se debe olvidar la existencia de vínculos entre ellos, resultando clave para la correcta gestión del capital intelectual determinar las relaciones y sinergias existentes entre cada uno de los sub-componentes que lo conforman (Bontis N, 2002).

Capital Humano:

De acuerdo con Sánchez A, Melian A. y Hormiga E. (2007), los vertiginosos avances de las tecnologías de la información y comunicación han transformado la naturaleza del conocimiento, habilidades y talento de los individuos, de manera tal, que las empresas que operan en el mundo globalizado de hoy, requieren de un tipo diferente de trabajador con competencias y actitudes que le permitan un pensamiento crítico y sistémico necesario para desarrollarse en entornos tecnológicos. Todo ello hace que el capital humano se considere una de las dimensiones más reiteradas en los modelos de capital intelectual. Para Edvinson L. y Malone M. S. (1999), este capital es un factor fundamental para la empresa,

ya que la carencia de una adecuada dimensión humana condicionará de forma negativa el resto de las actividades que crean valor.

Para la OECD (2007), la educación formal a la que usualmente la persona accede de los cuatro o cinco años hasta alrededor de los veinte, juega un papel parcial en la formación del capital humano. Sin embargo, desde una perspectiva económica y laboral, resulta más útil pensar en la formación del capital humano no en términos de educación (conocimiento explícito) sino de aprendizaje (conocimiento tácito), proceso que dura toda la vida, dado que las tecnologías de rápido avance así lo requieren.

Para que la formación de capital humano sea más rápida, Schulz M. y Jobe L. A. (2001) establecen que la transferencia eficiente del conocimiento tácito requiere su codificación en formas explícitas, para de este modo transferir el conocimiento mediante mecanismos de comunicación formales (también llamados medios estructurados), tales como: libros, documentos, sistemas y tecnologías de la información y reuniones programadas; o bien, como apuntan Davenport y Prusak (2001), mediante medios informales como las reuniones que van desde las conversaciones informales (en los pasillos o cafetería de la empresa) hasta el aprendizaje.

Habiendo abordado la importancia y formación del capital humano, Bontis et. al. (2002) conciben el capital humano de forma muy similar a lo anteriormente expuesto, considerando que éste se encuentra integrado por el stock de conocimientos tanto tácitos como explícitos que poseen los miembros de la

organización. Por su parte, Chen, Zhu y Xie (2004) precisan que el capital humano son las competencias que toda persona tiene, así como las habilidades para realizar alguna actividad o trabajo en cualquier disciplina que se encuentre. Por su parte Roos y otros (2001) señalan que: son las capacidades que tiene una persona para realizar un trabajo determinado, que le generen un ingreso.

Para Bontis y Fitz-enz (2002) “el capital humano incluye satisfacción del empleado, compromiso de los mismos hacia la compañía, educación, motivación, alineación de valores, retención de personal clave, liderazgo de la gerencia, proceso de ejecución, generación de conocimiento, transferencia de conocimiento e integración de conocimiento”.

Por otra parte, en los diferentes modelos existentes de medición del capital intelectual se le destina un apartado al capital humano. Por ejemplo, en el modelo Skandia el capital humano esta dado por el valor acumulado de las inversiones que las empresas han realizado en la formación de los empleados (Skandia, 1996); mientras que, el modelo de activos intangibles de Sveiby K. E. (2000) establece una dimensión a la que denomina competencias de los trabajadores y que es definida como la capacidad que tienen los miembros de la organización para actuar ante diferentes situaciones y crear tanto activos materiales como inmateriales.

Por su parte, Brooking (1997b) presenta esta dimensión con el nombre de activos centrados en el individuo e incluye en ella, entre otros, activos como la pericia colectiva, la capacidad creativa, la habilidad para resolver problemas y el

liderazgo. En la misma línea, Edvinsson y Malone (1999) consideran que esta perspectiva se encuentra compuesta por todas las capacidades individuales, los conocimientos, las destrezas y la experiencia de los empleados y directivos. Asimismo, en el modelo de cuadro de mando integral de Kaplan y Norton (1992), ésta perspectiva aparece representada por la perspectiva de aprendizaje y crecimiento.

Capital estructural:

Otra de las dimensiones que de forma más habitual es recogida en los modelos de

capital intelectual es el capital estructural. Dicho tipo de capital ha sido descrito como aquel conocimiento que la empresa ha podido internalizar y que permanece en la organización, ya sea en su estructura, en sus procesos o en su cultura, aun cuando los empleados abandonan ésta (Sánchez, et. al. 2007), y que, por este motivo, es propiedad de la empresa (Edvinsson, 1997).

Por tanto, cabe incluir en esta dimensión todos los intangibles no humanos de la organización, tales como, la cultura, los procesos internos hasta los sistemas de información o bases de datos (Bontis, Chua y Richardson 2000). Así, Euroforum (1998) establece que es la capacidad que tiene una persona para desarrollar las actividades potenciales como las marcas, licencias, patentes, etc.

En la naturaleza del este análisis, resulta interesante incluir los recursos y capacidades, así como las rutinas organizacionales que la empresa necesita mejorar. No solamente el personal de la empresa es el que puede prestar una

variedad heterogénea de servicios únicos, sino también los recursos materiales de las empresas pueden ser utilizados en diferentes formas, lo cual significa que pueden proveer diferentes clases de servicios (Knuden, 1995). Por su parte, Amit y Shoemaker (1993) describen el proceso a través del cual se desarrollan los flujos de recursos y relatan como los administradores con racionalidad limitada toman decisiones imperfectas y discrecionales a lo largo del tiempo, culminando en un conjunto dado de capacidades organizativas.

Por último, de acuerdo con Veciana (1999), a nivel operativo, las rutinas organizativas pueden ser consideradas como una red de relaciones coordinadas que se conectan a recursos específicos de la empresa y se refieren a los modos de comportamiento cotidianos impredecibles en las empresas, quienes son depositarios de los conocimientos y habilidades de la organización.

Capital relacional:

De acuerdo con Sveiby (2000) el capital relacional es la dimensión externa del capital intelectual, y se fundamenta sobre la consideración de que las empresas no son sistemas aislados, sino abiertos que se relacionan con el exterior. Por tanto, este tipo de capital incluye el valor que generan las relaciones de la empresa, no sólo con clientes, proveedores y accionistas, sino con todos sus grupos de interés, tanto internos como externos (Sánchez et al. 2007).

Visto desde otra perspectiva, el capital relacional es la percepción de valor que tienen los clientes cuando hacen negocios con sus proveedores de bienes o servicios. De este modo, algunos indicadores que muestran el desarrollo de este

capital dentro de la organización son, por ejemplo, el índice de repetición de los clientes, la cuota de mercado o el número de alianzas establecidas con otras organizaciones (Petrash, 2001). En este sentido, Sveiby (1997) citado por Martin (2004) ofrece la siguiente definición de capital relacional y establece que son las relaciones con los clientes reales y potenciales que representan a la empresa como lo es la marca y la reputación de la empresa entre otras.

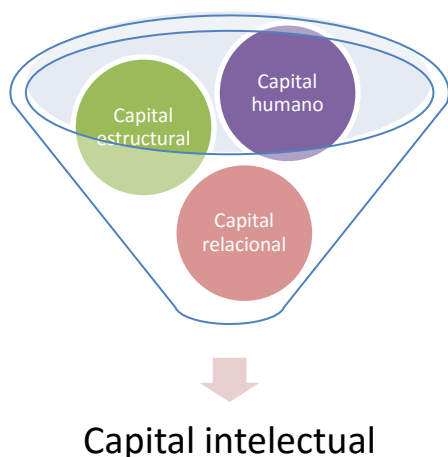


Figura 1. Dimensiones del capital intelectual

Fuente: Elaboración propia (MACR, 2016)

Normatividad financiera:

Las Normas de Información Financiera establecen las reglas mínimas para el registro de las operaciones contables; es por ello que al procesar la información derivada de las operaciones que realizan las entidades ya sea lucrativas o no lucrativas para la elaboración de los estados financieros se debe considerar dicha normatividad. Respecto a los activos intangibles, las normas de información los

definen como aquellos que no tienen sustancia física de los que se esperan beneficios económicos en el futuro (IMCP, 2014). Cervantes y Gallardo (2012) señalan que la información relativa al valor generado por los activos intangibles que no se reconoce en los estados financieros de la empresa se deben presentar como información complementaria.

Metodología.

El presente trabajo se hizo bajo la metodología cuantitativa, es de tipo descriptivo, transversal o transeccional, se recopiló información en un solo momento sin intervenir para nada en ello, buscando dar respuesta al problema de investigación; para ello se utilizó una encuesta diseñada en una escala de liker de 5 puntos.

La población de estudio son los agronegocios ubicados en el municipio de Guasave del cual no se encontró base de datos. Por ello, se ubicaron las principales empresas en el municipio, tomando como criterios de inclusión que fueran empresas formales, registradas antes la Secretaría de Hacienda, que tuviera una estructura organizacional y que tuvieran al menos tres empleados incluyendo al propietario.

En Guasave se localizaron 16 empresas pero adicionalmente se buscó incrementar la población y se hizo un barrido logrando una población de 43. Al aplicar la fórmula para poblaciones finitas, con un 90% de nivel de confianza y un 10% de margen de error se obtuvo una muestra de 26.

Para conocer el estado de la gestión del capital intelectual, se diseñó un cuestionario formado por tres variables a partir de la revisión literaria que se muestra en los apartados anteriores. Adicionalmente, se solicita información que permita obtener el perfil del encuestado, la antigüedad de la empresa y el número de competidores fuertes.

La encuesta se aplicó a los dirigentes y mandos medios a conveniencia, empezando con los de más fácil acceso y mayor disponibilidad.. El giro de los negocios encuestados es industrial, comercial o de servicios pero todos directamente relacionados con el sector agrícola. La información se recopiló en los meses de abril a julio de 2016.

Después de aplicar las encuestas, se procesaron por medio del programa estadístico SPSS. Con el fin de garantizar la fiabilidad del instrumento, se calculó el alfa de Cronbach, mismo que arrojó un valor de 0.914, el cual se considera excelente (Namakforoosh, 2010).

Resultados.

La información obtenida por medio del instrumento fue procesada y analizada con el programa estadístico SPSS y los principales resultados se incluyen a continuación:

Perfil de las empresas encuestadas.

De las empresas encuestadas el 42.3% se dedican a la comercialización de productos agrícolas, el 7.7% a la industrialización y el 50% a la prestación de servicios a productores agrícolas.

Tabla 1 Giro de las empresas encuestadas

GIRO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Comercial	11	42.3	42.3	42.3
Industrial	2	7.7	7.7	50.0
De servicios	13	50.0	50.0	100.0
Total	26	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (MACR, 2016).

El número de empleados promedio es de 52.42, con una desviación típica de 97.806. La antigüedad de las empresas encuestadas va desde un año hasta sesenta y cuatro, con un promedio de antigüedad de 25 años. El porcentaje de crecimiento tiene una media de 49.52%.; el nivel de competitividad expresado por los mismos encuestados lo ubican con una media de 7.64 en una escala de 1 a 10, con una desviación típica de 2.271.

Perfil del encuestado.

El análisis de género del encuestado muestra que el 31% son de sexo femenino y 69% masculino.

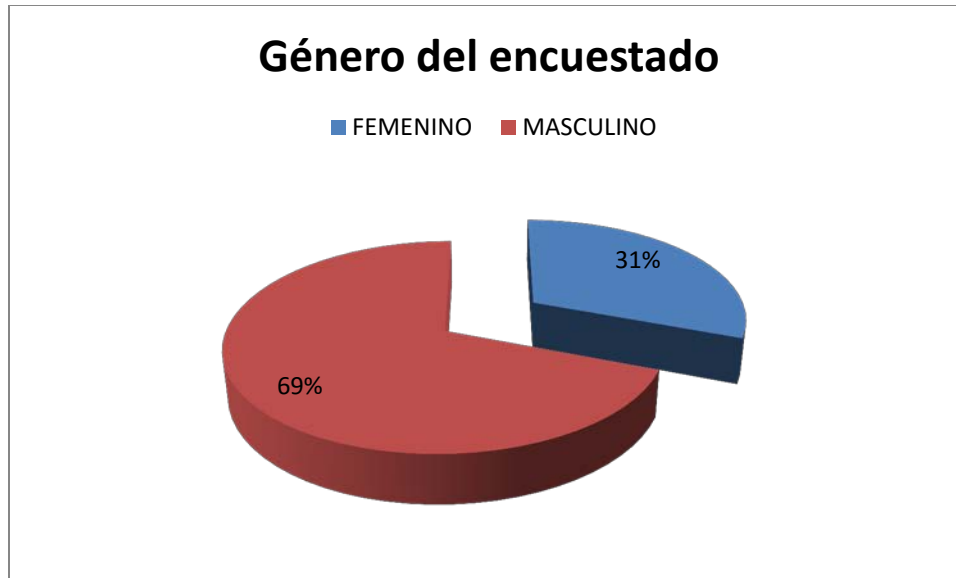


Figura 2 Género del encuestado.

Fuente: Elaboración propia MACR (2016) con datos de la investigación de campo

Al analizar la edad del encuestado se encontró una media de 37.73%, con una desviación típica de 11.623.

Respecto al puesto que ocupan en la empresa agrícola, el 13.8% son contadores, el 13.8% gerentes, el 10.3% representantes legales, el 6.9% presidentes, 6.9% asesores. Respecto a la antigüedad en el cargo se encontró una media de 7.54 años con una desviación de 6.31.

Se analiza también la antigüedad en el cargo encontrando una media de 7.35, con una desviación típica de 6.362. Lo cual se puede apreciar en el siguiente histograma:

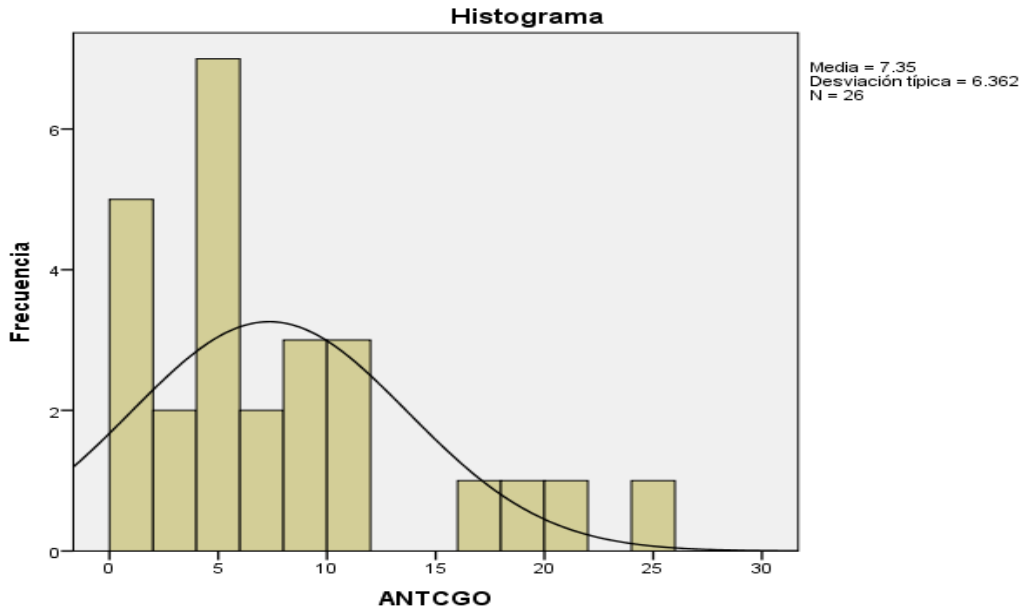


Figura 3 Antigüedad del encuestado en el cargo

Fuente: Elaboración propia MACR (2016) con información de la investigación de campo

Se les preguntó a los encuestados si habían escuchado hablar del capital intelectual y el 64% mencionaron que sí y el 36 que no.

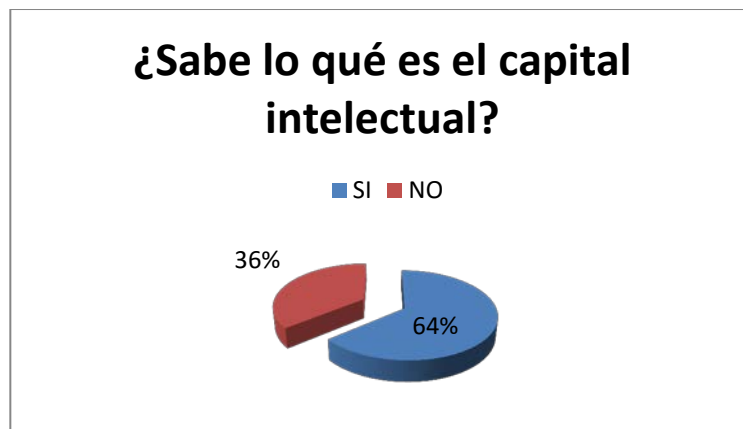


Figura 4 ¿Sabe lo qué es el capital intelectual?

Fuente: Elaboración propia MACR (2016) con información propia de la investigación

Agronegocios y capital humano

Al revisar la dimensión de capital humano, formada por 15 ítems, encontramos que la parte más valorada es el trabajo en equipo con una media de 4.69, también sobresale con media de 4.58 el valor de la creatividad, con media de 4.54 el compartir experiencias y prácticas exitosas con el resto de los colaboradores, la apertura al cambio, el compromiso con los colaboradores y la capacitación.

Como principales áreas de oportunidad se requiere la promoción de reuniones para compartir conocimiento y el uso de bases de datos donde se acumule información del pasado que sirva para resolver problemas, como una memoria organizacional.

Tabla 2 Capital humano: Estadísticos descriptivos

	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Trabajo en equipo	3	5	4.69	.549
Creatividad	3	5	4.58	.643
Promoción de aprendizaje	3	5	4.54	.647
Apertura al cambio	4	5	4.54	.508
Compromiso de los colaboradores	3	5	4.54	.582
Capacitación	1	5	4.54	.905
Aplicación del conocimiento	2	5	4.50	.707
Experiencia	3	5	4.46	.706
Espíritu emprendedor	2	5	4.38	.898
Resolución de problemas	3	5	4.38	.752
Contratación personal idóneo	2	5	4.38	.898
Participación en capacitación	3	5	4.35	.629

Pensamiento crítico	2	5	4.31	.884
Organigrama	1	5	4.15	1.120
Reuniones	1	5	3.85	1.223
Bases de datos	1	5	2.96	1.587

Fuente: Elaboración propia MACR (2016).

Capital estructural

Los ítems relativos al capital estructural fueron analizados en el paquete estadístico mencionado obteniendo los siguientes resultados:

En los análisis descriptivos de la dimensión del capital estructural las medias más altas corresponden al fomento de la comunicación en los colaboradores y promoción del buen clima laboral con una media de 4.73; con 4.65 el mantenimiento correctivo y preventivo de la maquinaria y con 4.58 la búsqueda de la solución a problemas productivos; el logro de la calidad y el conocimiento de la misión, visión y objetivos con 4.42 y 4.27 respectivamente.

La parte tecnológica de la empresa como son las plataformas que facilitan la comunicación con las partes interesadas con 4.15 y el uso de tecnología de vanguardia con 4.08. En la parte organizacional contar con un organigrama flexible que responda a las necesidades del entorno alcanzó una media de 4.15 y contar con enfoques para incrementar la competitividad con media de 4.0.

Las medias más bajas se refieren a la búsqueda de certificaciones con 3.96 y contar con las mismas con 3.88; manuales de puesto con 3.73 y la más baja de todas tener disponible una página web que facilite la comunicación con clientes y proveedores con media de 3.27.

Tabla 3 Capital estructural: Estadísticos descriptivos

	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Comunicación	4	5	4,73	,452
Clima organizacional	3	5	4,73	,533
Mantenimiento de maquinaria	1	5	4,65	,892
Solución de problemas	2	5	4,58	,703
Logro de calidad	2	5	4,42	,809
Conocimiento de misión, visión y objetivos	1	5	4,27	1,116
Plataformas tecnológicas	1	5	4,15	1,190
Organigrama	1	5	4,12	1,177
Tecnología de vanguardia	1	5	4,08	1,324
Capacitación continua	1	5	4,08	1,230
Incremento de competitividad	1	5	4,00	1,356
Búsqueda de certificaciones	1	5	3,96	1,148
Se cuenta con certificaciones	1	5	3,88	1,479
Manuales de puesto	1	5	3,73	1,185
Página web	1	5	3,27	1,801

Fuente: Elaboración propia MACR (2016).

Capital relacional

En el caso del capital relacional las medias más altas corresponden a trato justo a clientes y proveedores con 4.73, con 4.53 la búsqueda de solidez en las relaciones con proveedores, con 4.46 fomento de la lealtad del cliente y 4.38 el fortalecimiento de la cadena de valor, el incremento de la cartera de clientes

alcanzó una media 4.35 seguido muy de cerca con media de 4.3 la respuesta a las necesidades por parte de los proveedores y alianzas con competidores con 4.00.

Los estadísticos descriptivos más bajos se refieren a llevar a cabo acciones de colaboración con competidores con 3.81 evaluación de las prácticas de los principales competidores con 3.73 y elaboración de estudios de mercado para conocer las opiniones de los clientes y usarlas de base para la toma de decisiones con media de 3.62.

Tabla 4 Capital relacional: Estadísticos descriptivos

	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Trato justo a clientes y proveedores	3	5	4,73	,533
Solidez en relaciones con proveedores	3	5	4,54	,647
Fomento de lealtad del cliente	3	5	4,46	,647
Fortalecimiento de cadena de valor	2	5	4,38	,852
Incremento de cartera de clientes	1	5	4,35	,977
Proveedores cubren necesidades	3	5	4,31	,736
Alianzas con competidores	1	5	4,00	1,131
Colaboración	1	5	3,81	1,327
Evaluación de competidores	1	5	3,73	1,282
Estudios de mercado	1	5	3,62	1,203

Fuente: Elaboración propia (MACR, 2016).

Normatividad Financiera

Por último, se obtuvieron los estadísticos descriptivos relativos a la normatividad financiera donde los 3 ítems tienen medias superiores a 4.30. El más alto es el relativo a la elaboración de estados financieros con 4.73; posteriormente al cumplimiento de las normas de información financiera al elaborar dichos estados con 4.54 y el último a la incorporación de los activos intangibles con 4.31.

	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Elaboración de estados financieros	2	5	4,73	,667
Aplicación de la normatividad contable	2	5	4,54	,859
Reconocimiento de valor de activos intangibles	1	5	4,31	1,087

Figura 5 Normatividad financiera y activos intangibles

Fuente: Elaboración propia (MACR, 2016).

Conclusiones

Después de analizar los resultados obtenidos donde los puntajes más altos se alcanzaron en trato justo con clientes y proveedores, la comunicación, la elaboración de estados financieros, la mejora del clima organizacional y la

promoción del trabajo en equipo; se concluye que los agronegocios guasavenses están incorporando la gestión del capital intelectual para generar ventajas competitivas, sin embargo, falta mucho por hacer para el logro de la capitalización del conocimiento en la información financiera.

Si los agronegocios guasavenses pretenden permanecer en el mercado tienen que estar a la vanguardia sobre todo en lo que demanda el entorno, ya que las medias más bajas se ubican en la parte tecnológica, de mercado y organizacional lo cual puede ser un freno por las empresas agrícolas en su intento por permanecer en el mercado.

Aunado a ello, si se considera que la economía del estado depende principalmente de la actividad primaria que es la agricultura, los agonegocios y sus dirigentes deben responder a las necesidades del entorno en la era del conocimiento dando el valor que tienen sus intangibles y fortaleciendo sus relaciones tanto con clientes y proveedores.

La valoración del capital intelectual en los agronegocios genera beneficios principalmente en el mediano y largo plazo y un diferencial en los productos que sumado a la calidad puede influir en la entrada a nuevos mercados y el fortalecimientos y consolidación de los actuales.

Finalmente, como una de las limitaciones del presente trabajo, se puede mencionar el hecho de que no se verificaron físicamente los estados financieros de los negocios encuestados, por lo que es recomendable verificar la inclusión de los intangibles en los mismos. Adicionalmente, los resultados se basan en la

percepción de los dirigentes o propietarios de los agronegocios por lo que sería conveniente saber que opinan los demás stakeholders.

Referencias Bibliograficas.

ADEC. (2009). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Guía de implementación para Pymes*. Asociación de Empresarios Cristianos.

Amit y Schoemaker (1993). Strategic Assets and Organizational Rent. *Strategic Management Journal*. Vol 14. No. 1.

Bontis N, Chua W. C. y Richardson (2000): "Intellectual capital and business performance in Malaysian industries". *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 1, No. 1.

Bontis N. (2002): National intellectual capital index: Intellectual capital development in the Arab Region. Institute for Intellectual Capital Research. Ontario.

Bontis N., Crossan M. y Hulland J. (2002): "Managing an organizational learning system by aligning stocks and flows", *Journal of Management Studies*, Vol. 39, No. 4.

Brooking A. (1997b): *El capital intelectual*, Paidós Empresa, Barcelona.

Cervantes, M. y Gallardo, L. (2012). Creación de valor: De la intangibilidad a la tangibilidad. *Revista ECORFAN*. Volumen. 3. No. 7. Pp. 823-830.

Davenport y Prusak (2001). Conocimiento en acción: cómo las organizaciones manejan lo que saben. Ira. Edición. Buenos Aires. Pearson Education S.A.

- Dierick I. y Cool K. (1989): "Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage", *Management Science*, Vol. 35, No. 12, pp. 1504-1511.
- Edvinsson L. y Sullivan P. (1996): "Developing a model for managing intellectual capital", *European Management Journal*, Vol. 14, No. 4, pp. 356-364.
- Edvinsson L. (1997): "Developing intellectual capital at Skandia". *Long Range Planning* Vol. 30. No. 3.
- Edvinsson L. y Malone M.S. (1999): *El capital intelectual*, Gestión 2000, Barcelona.
- Euroforum (1998): *Medición del Capital Intelectual. Modelo Intelect*, Euroforum, Madrid. Documento obtenido en Internet: http://gestiondelconocimiento.com/modelo_modelo_intelec.htm. Fecha de consulta: Septiembre 2016.
- Grant R. M. (1991). The Resource Based Theory of Competitive Advantage: Implications for strategy formulation. *California Management Review*. pp. 114-132.
- Instituto Mexicano de Contadores Públicos (2014). *Normas de Información Financiera*. IMCP. México.
- Juárez (2000). "Coqnición Versus Memoria". Universidad Pedagógica Nacional. México. pp. 81-93.
- Kaplan R. S. y Norton D. P. (1992): "The balanced scorecard - measures that drive performance", *Harvard Business Review*, enero-febrero.

- Knuden (1995). Theories of The Firm, Strategic Management, and Leadership. En C. Montgomery (ed). Resources-Based and Evolutionaw Theories of the Firm. Massachussets: Kluwer Academic Publishers.
- Labinowicz (1998). "Introducción a Piaget. Pensamiento, aprendizaie, enseñanza". Ed. Pearson Educación. Primera reimpresión. México. Pág. 151.
- Lev, B. (2001): *Intangibles. Management, measurement and reporting*, Brookings Institution, Washington.
- Nonaka y Takeuchi (1995). "The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dvnamics of Innovation". Nueva York/Oxford: Oxford University Press.
- OECD (2007). Insights human capital: How what you know shapes your life. OECD Multilingual summaries.
- Ojeda, A. (2014), La Responsabilidad Social en el Campo Agrícola de Sinaloa. Corresponsables.com México. Consultado el 30 de enero de 2014, en: <http://mexico.corresponsables.com/actualidad/la-responsabilidad-social-en-el-campoagricola-de-sinaloa>.
- Ortega, S. (1999), *Breve historia de Sinaloa*. El Colegio de México. Fondo de Cultura Económica. México, D. F. ISBN 968-16-5378-5.
- Osho (2002). "Intuición. El conocimiento que trasciende la lógica". Editorial Debate, S.A. Primera Edición. España. pp. 53-65.

Pérez G. y Bustamente I. (2003). Gestión del Conocimiento e Incidencia Institucional en el Proceso de Aprendizaje e Innovación Tecnológica: Un Modelo Aplicado a la Biotecnología Sanitaria Española. Tomado de: http://www.fcee.ulpgc.es/Acede98/acede/mesa02/2_01c.htm.

Petrash G. (2001): "Gestión de los activos intelectuales", en Sullivan, P.H. (eds.), *Rentabilizar el capital intelectual. Técnicas para optimizar el valor de la organización*, Barcelona, Paidós empresa.

Polanyi M. (1996). *The Tacit Dimension*. Nueva York: Doubleday.

Porter M. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.

Sánchez A, Melian A. y Hormiga E. (2007). El concepto de capital intelectual y sus dimensiones. *Investigaciones europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. Vol. 13. Número 2.

Schendel (1994). Introduction To competitive Organizational Behavior: Toward and organizationally Based Theoria of Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*. Vol. 15.

Schulz, M. y Jobe L. A. (2001). "Codification and tacitness as knowledge management strategies: An empirical exploration", *Journal of High Technology Management Research*, 12.

Skandia (1996): *Supplement to the Annual Report, Customer Value, Stockholm.*

Documento obtenido en <http://www.skandia.com>. Fecha de consulta:

Septiembre 2016.

Sveiby K. E. (2000): *La nueva riqueza de las empresas, Gestión 2000, Barcelona.*

Veciana (1999). *Función Directiva. Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions.*

Winter, S.G. (1987). "Knowledge and competence as strategic assets", en D.J. Teece (Ed), *The Competitive Challenge: Strategies for Industrial Innovation and Renewal*, Cambridge, MA: Ballinger.

Zárraga C. y García-Falcón J. M. (2003). "Factors favoring knowledge management in work teams", *Journal of Knowledge Management*, 7(2). pp. 81- 96.