

# Influencia del Capital Intelectual en la Competitividad de los Hoteles

Investigación

M. C. A. Jorge Luis Heredia Heredia

Estudiante del Doctorado en Ciencias Económico – Administrativas, Universidad Autónoma de Aguascalientes  
jherediaheredia@yahoo.com.mx

## Resumen

El objetivo de la presente investigación es conocer la influencia del capital intelectual en la competitividad de las empresas hoteleras de 1 a 5 estrellas de Aguascalientes, México. La medición del capital intelectual, que es el recurso intangible de las organizaciones contenido en el capital humano, capital estructural y capital relacional que genera competitividad y riqueza presente y futura, se realiza a través de un instrumento tipo Likert de 61 reactivos, cuyos resultados son comparados con la competitividad de los hoteles, medida a través de la rentabilidad por habitación disponible. Los resultados muestran la relación positiva entre el capital intelectual y la competitividad de los hoteles. La información podría ser útil en al menos tres dimensiones: primero, para diseñar los planes estratégicos de las empresas hoteleras; segundo, como apoyo para el diseño de las políticas del sector turismo y, tercero, como base académica para continuar en el desarrollo trabajos sobre el capital intelectual en otro tipo de organizaciones, con el interés de apoyar las decisiones empresariales y las políticas económicas.

**Palabras clave:** capital intelectual, competitividad, empresas hoteleras.

## Abstract

The purpose of this investigation is to ascertain the influence of intellectual capital-which is the intangible appeal of the organizations contained in human capital and structural capital relational capital, interrelated, to generate competitiveness, create wealth and achieve present and future development sustainable organizations-, the competitiveness of hotel companies from 1 to 5 stars of Aguascalientes, Mexico. The measurement of intellectual capital is done through an instrument Likert rate of 61 reagents, whose results are compared with the competitiveness of the hotels, as measured by profitability per available room. The results show the positive relationship between intellectual capital and competitiveness of the hotels. The information could be useful in at least

three dimensions: first, to design strategic plans for hotel companies, secondly, as support for the design of policies in the tourism sector and thirdly, as a basis for further academic work on the development intellectual capital in other organizations, with the interest of supporting business decisions and economic policies.

**Keywords:** Intellectual Capital, Competitiveness, Hotel Companies.

## Introducción

Aguascalientes ha tenido una notoria transformación hacia un perfil turístico, según Reynoso [1], por lo cual, las empresas turísticas del sector hotelero tienen la oportunidad de transformarse, para corresponder estas acciones, con un incremento de la competitividad, a través de la administración del capital intelectual.

Aguascalientes cuenta con 53 hoteles de 1 a 5 estrellas, excluyendo moteles, los cuales muestran diferencias notorias en el número de habitaciones, ubicación y personal, además de que la ocupación varía entre un 20 y un 80 por ciento y ello se ve reflejado en la competitividad de los hoteles, de la misma manera que presentan circunstancias distintas en cuanto a las prácticas del capital intelectual.

El capital intelectual es una moderna corriente de administración que surgió a raíz de la introducción, en la vida cotidiana de la sociedad, de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, que permitieron manejar ordenadamente grandes volúmenes de información, de acuerdo con Sullivan [2]. En un primer acercamiento a este concepto, podríamos definirlo como el recurso intangible de las organizaciones contenido en el capital humano, capital estructural y capital relacional, interrelacionados entre sí, para generar productividad y crear riqueza presente y futura en las organizaciones empresariales, de acuerdo con Stewart [3] y Sánchez [4].

Esta información sugiere que el capital intelectual, que ha beneficiado a diversas organizaciones en el mundo, puede beneficiar a las empresas hoteleras de Aguascalientes. Los hoteles de Aguascalientes se

enfrentan a la transformación de la entidad en un polo de desarrollo turístico, a la competencia regional, y a los nuevos complejos hoteleros que buscan instalarse en este nuevo escenario, lo que coloca a los hoteleros ante el reto de mejorar su competitividad, según López [5]. Una forma es a través de la medición y el control del capital intelectual, que, de acuerdo con Stewart [3], genera riqueza y por tanto competitividad en las organizaciones que logran identificarlo, manejarlo y controlarlo.

Para lograrlo se diseñó un instrumento de medición tipo Likert que consiste en conocer en nivel del capital intelectual en cada uno de los reactivos, de los 53 hoteles en cuestión y los respondientes son los gerentes de los hoteles o aquellas personas que sean asignadas para contestar en calidad de representantes de la empresa.

El artículo contiene un marco teórico del capital intelectual y de la competitividad, la metodología que fue utilizada, los resultados obtenidos tras la aplicación del cuestionario entre los 53 representantes de hoteles y las conclusiones de la investigación en cuanto al objetivo planteado de analizar la relación entre el capital intelectual y la competitividad de los hoteles.

### **El capital intelectual y la competitividad**

El Capital Intelectual es un tema nuevo en las empresas del mundo y es más nuevo en países que, como México, no han logrado su pleno desarrollo. El concepto fue acuñado por primera vez en Japón por Hiroyuki Itarni en 1980 [1], quien realizó una investigación sobre los recursos invisibles de las empresas y seis años más tarde, en Suecia se publicaban los trabajos de Karl-Erik Sveiby [1], en 1986, donde trataba el tema del capital intelectual basado en la idea del valor de mercado de las empresas, las capacidades y los conocimientos de sus empleados. El problema consistía en que el valor de muchas empresas era mayor que sus activos tangibles, por ello Karl-Erik Sveiby buscaba establecer en su obra, "The Know-How Company", qué eran, cómo medir y cómo manejar los activos intangibles.

Thomas A. Stewart [1] en 1992 publicó su primer artículo en la revista "Fortune" con el título de Brainpower, (El poder de la mente) y cinco años después, en 1997, publicaba su libro "La nueva riqueza de las organizaciones: el capital intelectual" que se traduciría al español, en Argentina, un año después.

El concepto de capital intelectual se ha incorporado, en los últimos años, al lenguaje común de investigadores académicos, consultores y expertos

corporativos con el sentido de definir al conjunto de aportaciones de recursos intangibles que, en la denominada era de la información, se consideran como el principal activo de las empresas.

El capital intelectual [3] es material intelectual—conocimiento, información, propiedad intelectual, experiencia— que se puede aprovechar para crear riqueza. Es fuerza cerebral colectiva. Es difícil de identificar y aún más de distribuir eficazmente. Pero quien lo encuentra y lo explota, triunfa [3].

El capital intelectual, en Warden [6], se utiliza para referirse a todos los bienes y recursos intangibles, o no físicos, de una organización, incluyendo sus procedimientos, patentes y los conocimientos implícitos de sus miembros y su red de colaboradores y contactos. A menudo se afirma que el CI consiste en "capital relacional, capital humano y capital estructural".

Diversos autores Sullivan [1], Edvinsson [7], Stewart [3], Pavez [8], y Warden, [6] coinciden en señalar tres elementos que forman parte del concepto de capital intelectual: el capital humano, el capital estructural y el capital relacional.

El capital humano es el capital pensante del individuo, o lo que es lo mismo, aquel capital que reside en los miembros de la organización y que permite generar valor para la empresa [4]. Por lo tanto, se encuentra integrado por el stock de conocimientos tanto tácitos como explícitos que poseen los miembros de la organización. Warden [6] acota que dicho capital deberá ser valioso para la organización que busca lograr altos niveles de competitividad.

El capital estructural de acuerdo con Sánchez [10] 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, aún cuando los empleados abandonan ésta. Por tanto, en esta dimensión se incluyen todos los intangibles que no residen en los miembros de la organización, es decir, desde la cultura y los procesos internos, hasta los sistemas de información y las bases de datos.

El capital relacional [4], se sustenta en la consideración de que las empresas se relacionan con el exterior, en un primer acercamiento con clientes, proveedores, accionistas y otros grupos de interés que le aportan valor a la organización. Como activo intangible es de vital importancia para la unidad de información, también ha de ser medido y gestionada una red de relaciones con usuarios, proveedores e instituciones afines.

En relación con la competitividad, esta se define, de acuerdo con Bonales [11], como la producción de bienes y servicios de mayor calidad y de menor precio

de los competidores domésticos e internacionales, que se traduce en crecientes beneficios para los habitantes de una nación al mantener y aumentar los ingresos reales. La competitividad lleva implícito, en primer lugar, querer competir, y en segundo lugar, el tener la capacidad para hacerlo.

El capital intelectual, para efectos de esta investigación, se relaciona directamente con la competitividad de los hoteles, medido a través del RevPar, por sus siglas en inglés (Revenue Per Available Room), que es el cociente entre ingresos totales por habitaciones y las habitaciones disponibles para la venta.

Y aunque las mejoras (o retrocesos) en materia de competitividad pueden ser medidos y comparados, no resulta tan sencillo dimensionar el aporte específico de cada factor en la obtención de determinados resultados. Ello no quita que, desde cualquier perspectiva, se considere que, aun sin mayores posibilidades de cuantificar sus efectos, el Capital Intelectual desempeña un papel relevante y absolutamente imprescindible dentro de toda estrategia genuina de elevación de la competitividad, de acuerdo con Lastres [12].

### Materiales y métodos

Para lograr el objetivo de conocer la influencia del capital intelectual en la competitividad hotelera, se tomó como universo a 53 hoteles de 1 a 5 estrellas de Aguascalientes, sólo excluyendo los moteles. El capital intelectual se midió a través de un instrumento tipo Likert de 61 reactivos, cuyos resultados son relacionados con la competitividad de los hoteles, medida a través del indicador de rendimiento por habitación disponible, conocido como *Revenue Per Available Room*. Y la relación se obtuvo a través del Paquete Estadístico para Ciencias Sociales, (SPSS por sus siglas en inglés) a través de una correlación de Pearson.

Para obtener la competitividad a través del rendimiento por habitación disponible (RevPar por sus siglas en inglés), se requieren la siguiente información:

1. Número de habitaciones del hotel
2. Número de días trabajados
3. Porcentaje de ocupación
4. Precio promedio por habitación
5. Número de habitaciones por la totalidad del periodo
6. Número de habitaciones ocupadas en el periodo
7. Índice RevPAR
8. Rev Par

La fórmula general para la medición de la competitividad hotelera, a través de la rentabilidad por habitación disponible es la siguiente:

$$\text{Competitividad} = \frac{(\text{CDh} * \text{Dtrab}) (\% \text{Ocup}) (\text{Tpro})}{\text{CDh}}$$

Donde:

Competitividad: Ingresos por cuarto disponible

CDh: Cuartos disponibles del hotel

Dtrab: Días trabajados en el periodo de estudio

%Ocup: Cociente del número de cuartos disponibles y el número de habitaciones ocupadas

Tpro: Tarifa promedio por cuarto de hotel

### Resultados

La confiabilidad del cuestionario, medido con Alpha de Crombah, es de 0.95, lo que nos permite calificar al instrumento como de alta confiabilidad para obtener la información necesaria de los hoteles investigados.

El Cuadro 1 describe los 53 hoteles que participaron en la investigación, por categoría de estrellas, número de habitaciones y número de trabajadores.

Categorías	Hoteles	Habitaciones	Trabajadores
Cinco estrellas	4	377	464
Cuatro estrellas	13	1,121	621
Tres estrellas	14	687	201
Dos estrellas	18	536	136
Una estrella	4	112	20
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>2,883</b>	<b>1,442</b>

Fuente: Desarrollo del autor

### CUADRO 1. HOTELES QUE PARTICIPARON EN EL ESTUDIO

En lo que se refiere a la comprobación de la hipótesis, como se muestra en el Cuadro 2, referida a la relación positiva entre el capital intelectual y la competitividad, se comprueba de manera moderada en capital intelectual, en las subdimensiones de capital estructural y capital relacional, pero no en capital humano.

Conceptos	Capital Intelectual	Capital Humano	Capital Estructural	Capital Relacional
Competitividad	0.49	0.21	0.50	0.43
Significancia (bilateral)	0.00	0.13	0.00	0.00
Núm. de casos	53	53	53	53

Fuente: Desarrollo del autor

CUADRO 2. INFLUENCIA ESTADÍSTICA DEL CAPITAL INTELECTUAL EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS HOTELERAS

Categoría	Capital intelectual	Capital humano	Capital estructural	Capital relacional
Cinco estrellas	0.69	0.73	0.8	0.43
Cuatro estrellas	0.14	0.04	0.15	0.17
Tres estrellas	0.86	0.43	0.88	0.72
Dos estrellas	-0.23	-0.16	-0.08	-0.34
Una estrella	0.95	0.22	0.98	0.79

Fuente: Desarrollo del autor

CUADRO 3. CORRELACIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL CON LA COMPETITIVIDAD POR CATEGORÍAS HOTELERAS

El Cuadro 3 nos muestra el grado de Correlación de Pearson existente entre cada una de las subdimensiones y las categorías de hoteles, donde 1 muestra una correlación total y “0” o valores negativos, la inexistencia de correlación.

De hecho, un hallazgo relevante es que el capital intelectual sí es altamente significativo en las categorías de cinco, tres y una estrella, pero no en los hoteles de dos y cuatro estrellas, de acuerdo con los resultados mostrados en el Cuadro 3. Entre otras de las posibles explicaciones es la notoria diferencia en los costos de las habitaciones en hoteles de la misma categoría y a la vez, la diferencia en cuanto a los servicios que ofrecen, sobre todo en los de dos y cuatro estrellas. Un dato que, igualmente pudiera darnos referencias al respecto, es que uno de los cuestionarios fue contestado con el máximo nivel de capital intelectual en los 61 reactivos,

lo que puede sesgar los resultados. Sin embargo, dado que esa fue la respuesta, se incluyó como parte de este análisis.

No.	Correlación de Pearson	Significancia (bilateral)	Conceptos de la subdimensión de Capital Humano
1	0.09	0.48	Actitudes personales
2	0.07	0.58	Percepciones salariales
3	0.06	0.65	Lealtad a la empresa
4	0.06	0.65	Satisfacción laboral
5	0.09	0.49	Trabajo en equipo
6	0.14	0.29	Formación profesional
7	0.28	0.04	Uso de sistemas de información
8	0.25	0.06	Experiencia
9	0.29	0.03	Relación con procedimientos
10	0.19	0.16	Conocimiento de servicios
11	0.11	0.4	Actitud hacia la innovación

Fuente: Desarrollo del autor

CUADRO 4. CORRELACIÓN ENTRE CONCEPTOS DEL CAPITAL HUMANO Y COMPETITIVIDAD

Como ya se mostró, en materia de capital humano y competitividad la correlación es muy débil, exceptuando tres conceptos de esta subdimensión, que son “uso de sistemas de información”, “experiencia” y “relaciones con procedimientos”, como se muestra en el Cuadro 4.

No.	Correlación de Pearson	Significancia (bilateral)	Conceptos
12	0.09	0.52	Plan estratégico
13	0.20	0.14	Manuales
14	0.29	0.04	Rotación de personal
15	0.54	0	Tics
16	0.38	0	Conocimiento organizativo
17	0.47	0	Marca registrada
18	0.35	0.01	Política de innovación
19	0.5	0	Mercadotecnia

Fuente: Desarrollo del autor

CUADRO 5. CORRELACIÓN DE CONCEPTOS DEL CAPITAL ESTRUCTURAL CON LA COMPETITIVIDAD

En cuanto a la correlación entre capital estructural y competitividad, donde sí existe una influencia estadística, sólo dos conceptos no muestran niveles aceptables de correlación, que son “plan estratégico” y “manuales”.

No.	Correlación de Pearson	Significancia (bilateral)	Conceptos de la subdimensión de Capital Relacional
20	0.34	0.01	Reputación ante clientes
21	0.08	0.56	Satisfacción del cliente
22	0.39	0	Gestión de información de clientes
23	0.33	0.02	Com. Por internet con clientes
24	0.28	0.04	Conocimiento necesidades del cliente
25	0.31	0.02	Relación con el cliente
26	0.29	0.04	Atención al cliente
27	0.26	0.06	Mercado potencial
8	0.18	0.19	Aceptación de nuevos productos
29	0.22	0.12	Reputación ante proveedores
30	0.19	0.17	Relación con proveedores
31	0.25	0.07	Gestión de información de proveedores
32	0.38	0	Alianzas y convenios
33	0.29	0.04	Entorno

Fuente: Desarrollo del autor

CUADRO 6. CORRELACIÓN DE CONCEPTOS DEL CAPITAL RELACIONAL CON LA COMPETITIVIDAD

En cuanto al capital relacional, que sí muestra correlación con la competitividad, nos encontramos que cuatro conceptos no presentan relación directa con la competitividad y ellos son “satisfacción al cliente”, “aceptación de nuevos productos”, “reputación ante proveedores” y “relación con proveedores”, es decir, estos conceptos no influyen estadísticamente en la competitividad.

### Discusión de resultados

Estudios empíricos consultados [9] muestran que sí es posible medir el capital intelectual en hoteles, que tiene influencia en la productividad y se refleja en

las finanzas de los hoteles. Esta investigación aporta a estos trabajos al encontrar que el capital intelectual tiene correlación con la competitividad.

De esta manera, el interés por los intangibles o conjunto de elementos que conforman el capital intelectual de una organización empresarial, lejos de tratarse de una moda pasajera, va incrementándose tras más de una década de investigación desarrollada desde diferentes disciplinas, sobre lo que parece presentarse, hoy, como un recurso clave en la generación de riqueza empresarial.

### Conclusiones

Es posible afirmar que se logró el objetivo de la investigación, de evaluar el capital intelectual de empresas turísticas del sector hotelero, de 1 a 5 estrellas, y relacionarlo con la competitividad de los hoteles, información que se ofrece como elemento de juicio para contribuir a la toma de decisiones de los propios hoteleros, del gobierno en materia de política económica y de la academia para contribuir a la investigación científica sobre el tema.

En cuanto a la competitividad de los hoteles, se logró el objetivo de describir su competitividad, a partir de un indicador que contempla la oferta y la demanda, ingresos por habitación disponible, también conocido como RevPAR y que otorga la rentabilidad anual por habitación disponible del hotel y, por tanto, su competitividad. La oferta a través de precio, y la demanda a través de la ocupación, por lo que el indicador arroja datos de alto valor sobre la competitividad hotelera.

La hipótesis planteada sobre la existencia de una relación estadística significativa y positiva, entre el capital intelectual y la competitividad hotelera, se cumple de acuerdo a los resultados de la correlación de Pearson.

En conclusión, se aportó el cuestionario para medir el capital intelectual y los resultados del estudio que incluye 53 hoteles de 1 a 5 estrellas, como elementos que pudieran ser de apoyo en el propio diseño de los planes estratégicos de los hoteles, en el establecimiento para políticas de la Asociación Nacional de Hoteles y Moteles de Aguascalientes, y para la propia Secretaría de Turismo para el diseño de políticas en hotelería a partir del capital intelectual y con la posibilidad de ampliar este enfoque a otras empresas turísticas.

### Referencias

- [1] Reynoso Femat, Luis Armando (2006). *Segundo informe de Gobierno del Estado de Aguascalientes 2006*. Aguascalientes, México.
- [2] Sullivan, Patrick H. (2000); *Value-driven Intellectual Capital; How to convert Intangible Corporate Assets into Market Value*.
- [3] Stewart, Thomas (1998). *Capital intelectual: la nueva riqueza de las organizaciones*. Buenos Aires, Argentina. Ed. Granica.
- [4] Sánchez Medina, Agustín J. (2003<sup>a</sup>). *Modelo para la medición del capital intelectual de territorios insulares: una aplicación al caso de Gran Canaria*. Tesis doctoral de la Universidad de las Palmas de Gran Canaria. España.
- [5] López Torres, Irene; Ibarra Medina, Dense Wendolyne y Andrade de Anda, José Guadalupe. (2003). *Estudio Sectorial. El sector hotelero en el estado de Aguascalientes*. CODECO, Consejo para el Desarrollo del Comercio y los Servicios del Estado de Aguascalientes.
- [6] Warden, Campbell (2003). "Gestión y elaboración de informes sobre capital intelectual: nuevos retos estratégicos para los Centros de Educación superior y de Investigación". *IPR Help Desk Bulletin*. Número 8. Abril - Mayo 2003.
- [7] Edvinsson, Leif. (2006). ¿Quiénes y dónde controlarán el Capital Intelectual de las Naciones del mañana?. En Madrid + D en <http://www.madrimasd.org/revista/revista11/aula/aulas1.asp>. Consultado el 27 de octubre del 2006.
- [8] Pavez Salazar, Alejandro Andrés, (2000). *Modelo de implantación de Gestión del Conocimiento y Tecnologías de Información para la Generación de Ventajas Competitivas*. Tesis de licenciatura. Universidad Técnica Federico Santa María, Chile.
- [9] Ochoa Hernández, Magda Lizet; M. Begoña Prieto Moreno; Alicia Santidrián Arroyo (2007). Estado de la gestión del capital intelectual: Evidencia empírica e ideas para la reflexión. Documento de Trabajo 09/07. Universidad de Burgos, en [http://www3.uva.es/empresa/uploads/dt\\_09\\_07.pdf](http://www3.uva.es/empresa/uploads/dt_09_07.pdf), consultado el 10 de octubre del 2007.
- [10] Sánchez Medina, Agustín J. (2003b). Desarrollo sostenible y Capital Intelectual de un territorio. En "Comunidad virtual de gobernabilidad" en la dirección: <http://www.gobernabilidad.cl/modules.php?name=News&file=article&sid=1045>, consultado el 27 de octubre del 2006.
- [11] Bonales Valencia, Joel (2006). *Estrategias competitivas para las empresas exportadoras de aguacate mexicano*. México, D.F.
- [12] Lastres Segret, J.A.; Rivero Villar, M<sup>a</sup>. J., Moreno Sanabria, R. C. (2003). Las capacidades estratégicas más frecuentes en la industria hotelera Mexicana. I *Congreso Internacional y Virtual de Intangibles*.

**Artículo recibido:** 11 de julio de 2008

**Aceptado para publicación:** 12 de enero de 2009