



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**  
*La Universidad Católica de Loja*

**ÁREA ADMINISTRATIVA**

TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Análisis del capital intelectual e innovación de las empresas de  
alimentación de la ciudad de Loja. Año 2018**

TRABAJO DE TITULACIÓN

**AUTOR:** Silva Montaña, Manuel Efren

**DOCENTE:** Pardo Cueva, Mariuxi Claribel, Mgtr.

LOJA – ECUADOR

2018



*Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>*

2018

## **APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Magister.

Pardo Cueva, Mariuxi Claribel

**DOCENTE DE LA TITULACIÓN**

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación Análisis del capital intelectual e innovación de las empresas de alimentación de la ciudad de Loja. Año 2018, realizado por Silva Montaña Manuel Efren. Ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, Septiembre de 2018

f).....

## DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo Silva Montaña Manuel Efren declaro ser autor del presente trabajo de titulación Análisis del capital intelectual e innovación en las empresas de alimentación de la ciudad de Loja. Año 2018, de la Titulación de Administración de Empresas, siendo la Mgtr. Pardo Cueva, Mariuxi Claribel directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f.....

Autor: Silva Montaña Manuel Efren  
Cédula: 1103759047

## **DEDICATORIA**

Para mis hijos, padres y esposa que son el motor de mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero dar gracias a Dios por permitirme cumplir una meta más y el haber cruzado a mi mujer y compañera que me ha brindado el apoyo durante estos últimos años.

También deseo agradecer a todas y cada una de las personas que se atravesaron en mi vida profesional, ya que creo firmemente que cada ser que se pasa por tu camino es una experiencia y por tanto un aprendizaje de vida.

## INDICE DE CONTENIDOS

CARATULA .....	i
APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
INDICE DE CONTENIDOS .....	vi
RESUMEN.....	1
ABSTRACT .....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
<b>CAPITULO I MARCO TEORICO: CAPITAL INTELECTUAL E INNOVACIÓN .....</b>	<b>5</b>
1.1. Capital intelectual .....	6
1.1.1. Antecedentes .....	6
1.1.2. Definición .....	7
1.1.3. Componentes de capital intelectual.....	9
1.1.4. Modelos del capital intelectual.....	12
1.2. Modelo intellectus.....	16
1.2.1. Importancia .....	18
1.2.2. Elementos y variables del modelo .....	18
1.2.3. Campos de aplicación .....	19
1.3. Innovación .....	20
1.3.1. Antecedentes .....	21
1.3.2. Definición .....	22
1.3.3. Modelos de la innovación .....	23
1.4. Relación entre capital intelectual e innovación.....	26
1.4.1. Capital intelectual y la innovación en procesos .....	26
1.4.2. Capital intelectual y la innovación en productos .....	27
1.4.3. Capital relacional e innovación.....	29
1.4.4. Capital estructural e innovación.....	29
<b>CAPITULO II ANÁLISIS DEL SECTOR ALIMENTACIÓN .....</b>	<b>31</b>
2.1. Antecedentes.....	32
2.2. Clasificación del sector económico .....	36
2.3. Diagnóstico del sector económico.....	38

2.3.1.	Variables externas .....	38
2.3.2.	Variables internas .....	41
2.4.	FODA del sector económico .....	44
<b>CAPITULO III METODOLOGÍA.....</b>		<b>45</b>
3.1.	Tipo de investigación .....	46
3.2.	Método de investigación .....	46
3.3.	Diseño .....	46
3.4.	Población.....	47
3.5.	Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	47
3.6.	Técnicas de procesamiento de análisis de datos .....	48
3.6.1.	Diseño de la encuesta.....	48
3.6.2.	La escala de Likert .....	48
3.6.3.	Bloques del cuestionario .....	49
<b>CAPITULO IV ANÁLISIS DE RESULTADOS .....</b>		<b>53</b>
4.1.	Introducción .....	54
4.2.	Bloque 1: Datos generales.....	54
4.3.	Bloque II: Capital humano.....	61
4.4.	Bloque III: Capital estructural .....	63
4.5.	Bloque IV: Capital relacional .....	65
4.6.	Bloque V: Innovación.....	66
4.7.	Propuesta de mejora.....	69
CONCLUSIONES .....		72
RECOMENDACIONES .....		73
BIBLIOGRAFÍA.....		74

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Modelos relacionados del capital intelectual.....	13
Tabla 2. Modelos SCM-ECR del capital intelectual.....	15
Tabla 3. Modelos básicos del capital intelectual.....	16
Tabla 4. Composición de la industria de alimentos 2016.....	34
Tabla 5. Principales productos exportados a la Unión Europea enero-septiembre millones de USD FOB.....	34
Tabla 6. Clasificación general CIIU 4 de las industrias manufactureras.....	37
Tabla 7. Clasificación específica del CIIU 4 – C10 productos alimenticios.....	38
Tabla 8. Encarecimiento del precio de los productos del sector alimento y bebidas de Loja.....	42
Tabla 9. Análisis FODA del sector de la alimentación en Ecuador.....	44
Tabla 10. Población de estudio del capital intelectual- Loja.....	47
Tabla 11. Escala de Likert y su utilización en los instrumentos del capital intelectual.....	49
Tabla 12. Indicadores del capital humano.....	50
Tabla 13. Indicadores del capital humano.....	51
Tabla 14. Indicadores del capital relacional.....	52
Tabla 15. Indicadores de la innovación.....	52

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Estructura del capital intelectual.....	17
Gráfico 2. Proceso de la innovación.....	20
Gráfico 3. Circuito feedback de información denominada crear-medir-aprender .....	25
Gráfico 4. Modelo empresarial de innovación en sentido amplio .....	25
Gráfico 5. Modelo de innovación lineal .....	26
Gráfico 6. Exportaciones del sector alimentación .....	33
Gráfico 7. Evolución y participación en el PIB de la industria manufacturera .....	35
Gráfico 8. Porcentaje de ventas por sectores económicos en la ciudad de Loja.....	43
Gráfico 9. Tamaño de las empresas en estudio de acuerdo a su volumen de ventas del 2017 .....	54
Gráfico 10. Ocupación de trabajadores por rango de edad de hombres y mujeres del total general de empleados.....	55
Gráfico 11. El control mayoritario de la empresa es familiar.....	56
Gráfico 12. Porcentaje de empleados que son socios de la organización .....	57
Gráfico 13. antigüedad de la empresa clasificado por rangos de 10 años .....	58
Gráfico 14. Porcentaje de formación académica del director o gerente .....	59
Gráfico 15. Porcentaje de formación del personal.....	60
Gráfico 16. Porcentaje de formación académica del director o gerente por género.....	61
Gráfico 17. Compromiso de los empleados hacia la empresa .....	62
Gráfico 18. Promedio por pregunta del capital humano.....	63
Gráfico 19. Promedio por pregunta del capital estructural .....	64
Gráfico 20. Promedio por pregunta del capital relacional .....	65
Gráfico 21. Introducción de productos o procesos nuevos .....	66
Gráfico 22. Tipo de innovación.....	67
Gráfico 23. porcentaje de empresas que desarrollo la innovación .....	67
Gráfico 24. Entidades de apoyo para la industria y desarrollo de la innovación .....	68
Gráfico 25. Actividades de innovación de las empresas de alimentación .....	68

## **RESUMEN**

La investigación tiene como objetivo principal analizar el capital intelectual e innovación de nueve empresas de alimentación de la ciudad de Loja.

El trabajo se enfocó con una metodología de investigación descriptiva, usando un análisis cuantitativo y como técnica para el procesamiento de datos se empleó la encuesta aplicado a los gerentes de las empresas en estudio.

El capital intelectual se abordó desde tres puntos: El capital humano, estructural y relacional, se obtuvo como resultados que las empresas le dan gran importancia al aporte que hace su personal en cuanto a la eficiencia, innovación, transformación e inteligencia que posee el capital humano; así también cuentan con la infraestructura necesaria para las operaciones, la protección del conocimiento a través de patentes; además de mantener excelentes interrelaciones con su comunidad; así mismo, son empresas que desarrollan innovación en un 88%.

### **PALABRAS CLAVE**

Capital intelectual, innovación, industria alimentaria, Loja

## **ABSTRACT**

The main objective of the research is to analyze the intellectual capital and innovation of nine food companies in the city of Loja.

The work was focused on a descriptive research methodology, using a quantitative analysis and as a technique for data processing the survey applied to the managers of the companies under study was used.

The intellectual capital was approached from three points: Human, structural and relational capital, was obtained as results that companies give great importance to the contribution made by their staff in terms of efficiency, innovation, transformation and intelligence that has human capital ; they also have the necessary infrastructure for operations, the protection of knowledge through patents; besides maintaining excellent interrelationships with your community; likewise, they are companies that develop innovation by 88%.

## **KEYWORDS**

Intellectual capital, innovation, food industry, Loja.

## INTRODUCCIÓN

El capital intelectual dentro de las empresas ha ido adquiriendo cada vez más relevancia, sobre todo si se considera que en la actualidad se está en un mundo globalizado y cada vez más competitivo; es por ello que, las empresas actuales necesiten tener personal motivado, con actitudes y aptitudes necesarias para un buen desenvolvimiento dentro de las empresas, capaces de adaptarse a los cambios y que estos aporten con sus conocimientos para el crecimiento y cumplimiento de los objetivos empresariales.

La innovación al igual que el capital intelectual, ha tomado cada vez más importancia y esto es porque las empresas están en constante búsqueda de gestiones y procesos que les permita posicionarse en el mercado y obtener una ventaja competitiva.

Analizar la situación de las empresas del sector de la alimentación de la ciudad de Loja para el año 2018, va a permitir conocer cuál es el valor de los intangibles con los que cuentan las empresas, y como las organizaciones gestionan y desarrollan procesos innovadores para enfrentar las grandes dificultades dadas por el ambiente externo que provocan pérdidas financieras y económicas.

El método Intellectus es un modelo de medición y gestión del capital intelectual que permite revelar e informar de los activos intangibles existentes en este caso de las empresas de alimentación de Loja, este modelo a utilizarse para medir el capital intelectual se toma como variable significativa a la innovación. Se tiene que tener en cuenta que dentro del capital intelectual se analiza al capital relacional, humano y estructural.

La presente investigación está estructurada en 4 capítulos:

El primer capítulo aborda la parte teórica sobre el capital intelectual y la innovación, enfatizando la relación existente entre los mismos, así como el modelo a aplicar que sirve de sustento para el marco metodológico.

En el segundo capítulo, se analiza la industria de alimentación objeto de investigación y aborda un análisis del macro y microambiente, así como, un análisis FODA del sector de estudio.

El tercer capítulo, abarca la metodología a aplicarse en la investigación.

En el capítulo cuatro, se hará alusión a los análisis de la investigación. Posteriormente como última parte del trabajo se emitirá la discusión de los resultados, así como las conclusiones,

recomendaciones que sean necesarias y la cual se incluirá también la bibliografía que ha sido necesaria para la ejecución del proyecto.

Los componentes de los intangibles que se analizan en la presente investigación fueron el capital humano con once variables; el capital estructural con diez variables y el capital relacional con ocho variables, todas ellas enfocadas al sector de análisis para dar cumplimiento al objetivo propuesto.

La importancia de esta investigación radica en dar a conocer el valor de las competencias que desarrollan sus empleados para la solución de problemas dentro las empresas, conocer cuál es la estructura interna y las relaciones que mantiene con el entorno, pero fundamentalmente conocer cuán importante es para estas empresas el capital intelectual y sus ventajas futuras que pueden obtener a través de la implementación de la innovación.

A pesar de que en los últimos años han surgido notables investigaciones en el campo de la innovación y el capital intelectual las limitaciones siguen siendo aún importantes y entre ellas los entrevistados expresaron cierto temor para completar los cuestionarios por lo que expresaron varias razones que enumeramos a continuación:

La primera, fue la preocupación de que la información sería proporcionada a las entidades de control gubernamental. La segunda, la falta de una relación establecida con los encuestados, por lo que se decidió llegar a través de contactos empresariales y/o personales. La última limitación tuvo que ver con el tiempo que se empleó con los entrevistados, con lo cual se decidió hacer en días de baja carga laboral o en algunos casos en etapas

La metodología de estudio es de tipo descriptivo, usando el enfoque cuantitativo con un diseño de investigación transversal descriptiva; y como técnica para el procesamiento de datos se utilizó la encuesta aplicada a los gerentes de las nueve empresas en investigación.

**CAPITULO I**  
**MARCO TEORICO: CAPITAL INTELECTUAL E INNOVACIÓN**

## **1.1. Capital intelectual.**

El capital intelectual es una de las principales variables de las que se hablara en esta investigación, para lo cual es importante conocer los diferentes conceptos de destacados autores que permitirán comprender la importancia y su relación con las organizaciones, así como, su clasificación y antecedentes.

El capital intelectual es la parte inmaterial de la empresa que debe de ser medido, teniendo en cuenta que ahora es la época del conocimiento en la cual se han producido cambios importantes tanto organizacionales, sociales, económicos y tecnológicos, en la cual las empresas desean tener un mayor éxito y obtener ventajas competitivas que ayuden a conseguir los objetivos organizacionales. Pero ¿por qué es importante medir el capital intelectual en las empresas?

*“las empresas se enfrentan a las exigencias de un mercado competitivo y cambiante sin respuestas explícitas, ya que sus decisiones organizacionales y de producción no están basadas en un modelo que les brinde las herramientas gerenciales necesarias para conducir el saber y el hacer. De allí la importancia de explorar la gestión del conocimiento del capital humano en las pequeñas y medianas empresas” (Añez y Nava, 2009).*

Las empresas están conformadas por grupos de personas que se han unido para cumplir un objetivo en concreto los cuales tienen que desarrollar destrezas, actitudes y aptitudes para alcanzar el éxito profesional y el empresarial, es así, como la empresa es considerado como “un sujeto que aprende y que lo hace para poder evolucionar, adecuarse y responder a las exigencias de un entorno cultural caracterizado por la inestabilidad (...) y esto hace que demande una extraordinaria destreza adaptativa” (Maturana, 2002). Es indiscutible con aquella afirmación que las empresas no tomen importancia al capital intelectual como generador de riqueza

### **1.1.1. Antecedentes.**

La evolución de las empresas para acaparar nuevos mercados y ser más competitivas ya sea desarrollando nuevos productos o servicios que satisfagan a los clientes, les lleva a desarrollar métodos de gestión que permitan aprovechar cada uno de los recursos que posee y crear métodos de medición adaptados a estos nuevos cambios que permitan la supervivencia de las empresas. Estos nuevos recursos y métodos que siempre han estado presente en las empresas durante años pasa a ser aún más importante cuando se pone énfasis al capital intelectual y que junto con la capacidad de poder utilizarlo se aprovecha como fuente de ventaja competitiva.

Uno de los principales autores que mencionaron por primera vez el término de capital intelectual es el Economista J Galbraith (Bontis, 1969), y lo define como un proceso ideológico que se compone de un proceso intelectual y que es necesario medirlo.

A principios del año 1991 “Skandia AFS creo el primer departamento corporativo de capital intelectual (...) Con el único objetivo de desarrollar nuevos instrumentos de medición y de esta forma visualizar el capital intelectual como un complemento más del balance general” (Krogh, Ichijo, y Nonaka, 2001).

Durante los años noventa después de que Skandia presentara su informe sobre el capital intelectual, se empiezan a desarrollar varios modelos para medir el capital intelectual, teniendo en cuenta que se empezó con la era del conocimiento, el internet y las nuevas formas de gestión administrativa donde los requerimientos de obtener grandes ventajas competitivas por medio del conocimiento toman fuerza. Según Edvisson y Malone (1997) las ventajas que se obtiene al aplicar el modelo Skandia para el medir el capital intelectual es que permite analizar: dónde se encuentra la empresa actualmente, hacia donde se proyecta su visión y a qué ritmo avanza en su situación tanto administrativa, financiera y tecnológica.

A partir del año 2003 nace un nuevo modelo con un enfoque más evolucionado para fomentar el desarrollo del capital intelectual a futuro y es a partir de aquí donde se ubica el modelo intellectus como herramienta para medir y gestionar el capital intelectual. Este modelo “pretende facilitar un marco ordenado para la reflexión y puesta en marcha de iniciativas cuyo fin sea la gestión del capital intelectual de la organización. Se fundamenta en una estructura arborescente donde clasifica los activos intangibles” Bueno (2003). Y es precisamente esta estructura arborescente la que se analizara más adelante, la cual clasifica al capital intelectual en capital humano, capital estructural y capital relacional, a su vez el estos dos últimos se subclasifican en capital organizacional y tecnológico por un lado capital negocio y social por otro.

### **1.1.2. Definición.**

Existe un sin número de definiciones sobre el capital intelectual y la importancia que tiene dentro de las organizaciones, e incluso algunos autores afirman que hay una relación directa de los elementos del capital intelectual con la ventaja competitiva que adquieren las empresas. Se citarán definiciones de autores más representativos del ámbito de estudio y que van a ser de apoyo a la investigación.

Bradley (1997) sostiene que las empresas tienen que cambiar sus estereotipos, con lo cual el parte de un ejemplo muy sencillo para una mejor comprensión del capital intelectual, El autor hace hincapié que mediante la transformación de una determinada materia prima en la cual el producto debe ser envasado, almacenado y transportado hasta sus puntos de venta y que en cada uno de estos pasos intervienen máquinas y personas, y que en cada una de estas fases el producto puede haber perdido parte de sus cualidades alimenticias. Estas fases son el típico estereotipo de un proceso rígido siguiendo las mismas pautas y secuencias. Sin embargo, un proceso alternativo a esto, sería que cada paso no se vea como una secuencia rígida de fases secuenciales, sino la aplicación de poder aplicar determinadas ideas o fórmulas que permitan transformar un producto en otro de mayor valor y donde esta diferencia sea producto del capital intelectual.

Para Stewart (1998) el capital intelectual es la suma de todos los conocimientos que poseen todos los empleados de una organización los mismos que le dan a ésta una ventaja competitiva y debido a que las empresas están en la era de comunicación y globalización, estas deben de absorber la información para reaccionar con mayor rapidez que sus rivales en la cual la estrecha colaboración de los conocimientos compartidos entre una empresa y sus clientes forjan un vínculo que hace que estos vuelvan una y otra vez.

El mismo autor hace hincapié que el capital intelectual es material intelectual comprendido por los conocimientos, información, propiedad intelectual y experiencia que se puede aprovechar para crear riqueza. Además, destaca que en la era en la que nos encontramos la riqueza es producto del conocimiento en donde la materia prima fundamentales de la economía que compramos y vendemos no se puede oler ni palpar.

Con ello se puede nombrar grandes casos de éxito y como claro ejemplo se puede mencionar el de las empresas de servicio o empresas como Facebook, Google o Netflix que revolucionaron el siglo XXI y a que diferencia de las empresas de la era industrial donde uno compraba un producto físico ahora las personas compran un servicio.

El capital intelectual “Es la capacidad que tiene la empresa para generar valor a través de la gestión del talento de las personas y de la correcta explotación de los activos del conocimiento” (Martinez, 1998).

Stewart, (1998) afirma que el capital intelectual es “material intelectual, conocimiento, información, propiedad intelectual y experiencia utilizados para crear valor. Además, enfatiza que

el capital intelectual es la fuerza colectiva, difícil de identificar y distribuir eficazmente, pero si se encuentra y se explota permite lograr el triunfo”

“El capital intelectual se considera generalmente como un determinante fundamental del valor de la empresa y como un elemento asociado estrechamente con la existencia de ventajas competitivas” (Canibaño, Garcia, y Sanchez, 1999).

“Las empresas utilizan sus conocimientos (capital intelectual) como fuente principal de ventaja competitiva. Utilizan su producto o conocimientos del mercado para diferenciarse de sus competidores. (...) Estas compañías están impulsando la definición de nuevos tipos de capital: humano, estructural e intelectual” (Sullivan, 2001).

En sentido amplio, el “capital intelectual se define como el conjunto del conocimiento científico, tecnológico, artístico y comercial aplicable para la generación de riqueza social del que dispone un individuo, organización o comunidad” (Bernardez, 2008). Se toma en cuenta al intelecto que poseen las personas como parte esencial en el crecimiento tanto a nivel empresarial como individual.

El capital intelectual es el “efecto sinérgico de todos los conocimientos que reúne una empresa, toda la experiencia de sus integrantes, las relaciones, hallazgos, innovaciones, influencia en la comunidad y lo que puede producir en el futuro junto con sus activos físicos y financieros” (Lissarrague, Simaro, y Tonelli, 2009).

Como breve resumen los autores antes mencionados recalcan sobre la importancia que tiene el capital intelectual dentro de las empresas y el valor agregado que aportan a las mismas, por lo que el conocimiento aportado por las personas y el trabajo en equipo en conjunto con la búsqueda del cumplimiento de la visión empresarial, permitirá el beneficio para la empresa y su entorno.

### **1.1.3. Componentes de capital intelectual.**

Tal como menciona Sullivan (2001) en su definición de capital intelectual las empresas impulsan nuevos tipos de capital y por la importancia que tiene la presente investigación se analizaran tres elementos:

- Capital humano
- Capital estructural
- Capital relacional

## Capital humano

Para comprender el significado de capital humano, no solo hay que considerar la parte económica sino también valorar la perspectiva de la administración puesto que, las personas son el activo intangible más importante de las organizaciones; es así que, en un mundo globalizado, competitivo y cambiante las personas como capital humano se han convertido en “socio principal del negocio, el que le da dinamismo, vigor e inteligencia” (Chiavenato, 2007), lo que según esta afirmación permite a las organizaciones enfrentar los cambios de manera exitosa y ajustándose a cada uno de los recursos que la integran.

La constante transformación, innovación, eficiencia e inteligencia que posee el capital humano y aprovechado por las organizaciones como factor clave para la innovación y haciéndole participe en la cadena de valor de las empresas, es precisamente una de las fuentes de valor agregado de competitividad, el cual debe medirse para conocer la evolución y desempeño en cuanto a su gestión realizada.

Los variados procesos de gestión e innovación realizados por las personas dentro y fuera de la organización requieren también de compromiso, “pero para hablar de compromiso la empresa tiene que brindar a las personas espacios de participación, lugares donde puedan aportar su creatividad su energía y su buen hacer ya que estas son el recurso estratégico de la organización” (Rodríguez, 2005).

En la era del conocimiento y la innovación el capital humano requiere no solo de capacitación sino de cuidado, atención y sobre todo de saber mantenerlo dentro de la organización, debido a que un personal capacitado, comprometido y en continua formación es un empleado talentoso para lo cual Rodríguez (2005) afirma que el personal de la empresa “busca empresas en donde puedan aumentar o potenciar su capital humano (...) de manera que si la organización no es el ámbito adecuado (...) y estos encuentren una empresa donde se los valore y se le asigne importancia se irán”

Luna (2014) sostiene que las ideas para mejorar los procesos y actuación de cara a los clientes deben provenir cada vez de los empleados que están cada vez más cerca de los procesos internos y de los clientes, con lo cual, una nueva práctica de gestionar las empresas se basan en sobre la forma en que los empleados aportan a la organización.

Para autores como Sullivan, (2001) el capital humano son los recursos de empleados, contratistas, proveedores y otras personas relacionadas con la empresa para resolver los

problemas de los clientes. Por lo tanto, el capital humano va más allá de los integrantes internos de la organización, debido a que estos grupos externos también participan directa o indirectamente en los procesos internos aportando valor agregado con sus conocimientos y experiencias que se transforman en valores intangibles positivos para la empresa y que se ven reflejados en los clientes.

### **Capital estructural.**

El capital estructural es uno de los aspectos clave en los cuales las organizaciones deben de centrar su atención, por lo cual tienen una necesidad de evaluarlo, aplicarlo y tener conocimiento del aporte que se ha obtenido, pero para ello empezaremos definiendo en que consiste.

El capital estructural es el conocimiento que la organización consigue explicitar, sistematizar e interiorizar, que en un principio puede estar latente en las personas y equipos de la empresa. Quedan incluidos todos aquellos conocimientos estructurados de los que depende la eficacia y eficiencia interna de la organización. (...) el capital estructural sí es propiedad de la empresa (Carrión, 2007, p.145).

Las personas al igual que las organizaciones necesitan estar en continua interrelación, debido a que un grupo de personas si no cuentan con los recursos necesarios que provee las empresas no tendría la capacidad para ejecutar las ideas que se les presenten y viceversa les sucedería a las empresas con las personas, es así que Sullivan (2001) sostiene que “el capital estructural es el soporte o la infraestructura que la empresa proporciona a su capital humano. Incluye tanto el soporte directo como el indirecto y para cada uno de ellos hay elementos físicos y elementos intangibles”.

A los elementos físicos que hace mención el autor podemos revelar los componentes tangibles como: el edificio como parte física donde se desenvuelven las labores de la empresa, las computadoras, el mobiliario, los teléfonos, el modem de internet, etc. Y entre los elementos intangibles pueden ser: Las licencias, el renombre de la organización, los acuerdos empresariales y laborales, los derechos de propiedad, las patentes, etc.

El capital estructural no solo es importante los elementos tangibles e intangibles si no también la forma organizacional debido a que “esta por su parte facilita estructurar las capacidades internas en nuevas y flexibles formas de competir, resolver los problemas estructurales facilita la aplicación de las estrategias de la empresa” (Santos-Rodríguez, Figueroa, y Fernández, 2011).

## **Capital relacional.**

En el siglo XXI aspectos como la generación de la riqueza y el crecimiento económico forman parte esencial de las empresas en la obtención de ventajas competitivas más sostenibles para lo cual las fuerza tradicional de producción, la capacidad física de las personas o la materia prima son cada vez menores y “reemplazadas en la última década por el importante papel que desempeña los activos intangibles en las empresas” (Hormiga, Batista, y Sanchez, 2007) por lo que las empresas incluyen aquellos activos intangibles al mantener las relaciones con el entorno, “estas relaciones inter-organizativas se produce una forma superior de conocimiento, que surge de la coordinación o combinación de parte del conocimiento propio de cada uno de los agentes que intervienen en la relación” (Castro, Alama, López, y Navas, 2009).

Según sostiene Yang (2008) “las relaciones con los proveedores, basadas en la estabilidad, confianza y compromiso, tienen efectos muy beneficiosos en la gestión de la cadena de suministros”. Es por ello que empresa debe mantener un fuerte y sólido compromiso institucional con su entorno social como clave para la formación del capital relacional.

Dentro del entorno social tiene que tener en cuenta que uno de los agentes principales en la organización son los clientes y estos se encuentran en el entorno social en el cual se desenvuelve la empresa y constituye una de las piezas fundamentales para la empresa, además, “el impacto directo del capital relacional en las relaciones con los clientes apoya el buen desempeño operativo mediante la creación de estructuras de apoyo” (Kohtamaki, Partanen y Möller, 2013)

### **1.1.4. Modelos del capital intelectual.**

El ámbito de estudio del capital intelectual es amplio, lo que permite que se hayan creado varios modelos y que se ajusten a cada campo de aplicación, como medida para afrontar el estudio del capital partiendo de un análisis sintético con el cual se pretende justificar el uso del método intellectus y con el propósito de realizar un estudio riguroso del intellectus, analizaremos las características de los principales modelos partiendo de tres premisas principales: “Los modelos básicos, los modelos relacionados y los modelos SCM-ECR” (Soret, 2007).

A continuación, se presenta una breve definición de los modelos anteriormente mencionados y sus respectivas tablas con las clasificaciones y definiciones de los modelos que estudian el capital intelectual, sus principales autores e indicadores.

## Modelos relacionados.

“Los modelos relacionados no son estrictamente modelos de medición y gestión del capital intelectual, sino instrumentos de dirección estratégica de la empresa que contemplan, en alguna medida, la dimensión intangible de las organizaciones o los aspectos que caracterizan la creación de valor basada en el conocimiento en acción” (Soret, 2007). En la tabla 1 se presentan los distintos modelos relacionados.

Tabla 1. Modelos relacionados del capital intelectual

Modelos relacionados			
Modelos	autores	definición	indicadores
Balance Scorecard	(Kaplan y Norton, 2009)	Es una herramienta para para medir la evolución de la empresa desde la perspectiva de la parte financiera, al mismo tiempo que observan los progresos de los bienes intangibles.	Indicadores intangibles. Indicadores financieros
Dow Chemical	Dow Chemical (1998)	Empresa del sector químico relacionada con la propiedad industrial (patentes) Desarrolla el planteamiento que integra el activo intelectual en su estrategia de negocio para maximizar su valor y desarrollar un proceso de nuevos activos. Distingue entre capital intelectual, propiedad intelectual y capital clientes.	Indicadores intangibles con impacto en resultados organizativos
Capital intelectual- Dragonelti y Roos	Roos y Dragonelti (1997)	Este modelo tiene en cuenta la idea de Stock (presente) y de Flujo (futuro), pero no presenta el desarrollo del conocimiento clasifica en capital intelectual (humano y estructural) y lo relaciona con el capital financiero.	Índices de Capital intelectual que integran los diferentes indicadores en una única medida
Modelo de dirección estratégica por competencias	Bueno (1998)	En este modelo está compuesto por tres habilidades distintivas una de origen estructural (capital tecnológico y organizativo), entorno socio económico (Capital relacional) y entorno personal (capital relacional).	Indicadores de competencias básicas
Modelo Value Explorer	Andriessen (2000)	Es un modelo propuesto por KPMG con una metodología contable se utiliza para calcular y asignar valor a 5 tipos de intangible: 1. Activos y dotaciones 2. Habilidades y conocimientos tácito 3. Valores y normas colectivas 4. Tecnología y conocimiento explícito 5. Gestión primaria de procesos	Competencias esenciales o capacidades esenciales
Intelectual capital Benchmarking (ICBS)	Viedma (2001)	Este modelo se construye teniendo en cuenta las competencias que tiene el mejor competidor mundial (empresa X) de nuestra empresa, para una posterior copia y mejora (base del Benchmarking).	Indicadores de competencias nucleares de benchmarking

Directrices Meritum	Cañibano y Sánchez (1998 – 2002)	Meritum es un acrónimo de Medición de los intangibles para comprender y mejorar la gestión de la innovación. Este modelo propone dotar a la empresa de un instrumento de gestión de intangibles y así eliminar la carencia de esta información que tan relevante es para los accionistas y el mercado	Indicadores de intangibles críticos
Modelo Knowledge Management consortium	Knowledge Management Consortium international-McElroy (2001)	Este modelo subdivide el capital social en: Capital intra-social: relaciones personales con las comunidades, Capital inter-social: relaciones clientes accionistas Capital de innovación social: recoge el conjunto de procesos o relaciones que provocan la dinamización o la función innovadora.	Indicadores específicos de capital social
Modelo de los 5 capitales, M5C	Bueno 2003	Su origen se encuentra en el Modelo Intellectus que estructura el capital intelectual en cinco componentes básicos: capital humano, organizativo, tecnológico, relacional de negocios y social.	Introduce el concepto de neurona creativa
Método DACUM	Crisosto, Sanchis (2002)	Método de análisis ocupacional para el desarrollo de competencias basado en las técnicas de desarrollo curricular. (Organización Internacional del Trabajo OIT, 2002)	Indicadores INTELECT

Fuente: Soret (2007), Riesco (2006), Henao y Londoño (2010), Bolisani y Bratianu (2017), Viedma (2007), Moreno (2011).

Elaboración el autor.

### Modelos SCM-ECR.

“Gestión de la cadena de suministro o SCM que consiste en el seguimiento de los materiales, la información y las finanzas durante el proceso que va del proveedor al fabricante, al mayorista, al minorista y al consumidor” (Serra, 2000).

La administración basada en la relación con los clientes (CRM) y se caracteriza por realizar el servicio que se da con los clientes o la gestión de estos, y se utiliza herramientas tecnológicas para la gestión de la relación con los clientes y ofrecer un mejor servicio aún después de la compra y el paso del tiempo.

Tabla 2. Modelos SCM-ECR del capital intelectual

<b>Modelos SCM-ECR</b>			
Modelo	Autor	Definición	Indicador
Global ECR (eficient consumer Response) Scorecard	(1999 – 2002)	Es una estrategia de innovación desarrollado para el sector del gran consumo para mejorar eficiencia en la cadena de valor. Este modelo permite la medición de conocimiento y la generación de ventajas competitivas en las iniciativas de respuesta eficiente al consumidor.	Indicadores numéricos específicos para ECR (Nº de acuerdos)
Cuadro de Mando Integral SCM – PILOT	Accenture, CEL, PILOT (2002)	Propuesto por el Instituto Aragonés de Fomento y el Centro Español de Logística (CEL) y es adaptación del BSC y pretende fundir en un conjunto la visión general de la empresa si sobrecargar la información que llega a los niveles directivos, pero proporcionando los indicadores que contienen el núcleo de actuación de la empresa	Indicadores específicos para SCM
ECR España Scorecard	AECOC, ECR-España, Coopers y Lybrand (2000)	Se trata del mismo programa ECR anteriormente citado, pero con el nuevo concepto de Management como proceso de elaboración de mejores prácticas.	Indicadores de mejores prácticas ECR
INTELECT-ECRSGA	Propuesta	Modelo que propone acciones genéricas estratégicas basada en prácticas ECR	Indicadores de C.I. y de ventajas competitivas sostenibles

Fuente: Soret, De Pablos, y Montes (2010), Soret (2007)  
Elaboración el autor

### **Modelos básicos.**

Los modelos básicos “son aquellos que tienen como finalidad principal medir las actividades intangibles de una organización, con el fin de efectuar un diagnóstico y rendir información de su capital intelectual permitiendo adoptar decisiones de gestión” (Soret, 2007).

Tabla 3. Modelos básicos del capital intelectual

<b>Modelos básicos</b>			
Modelo	Autor	Definición	Indicador
Technology Broker	(Brooking, 1997)	Establece que el capital intelectual está formado por 4 categorías: activos de mercado, activos humanos, activos de propiedad intelectual y activos de infraestructura. Es una metodología para auditar la información previa a la medición del capital intelectual.	Indicadores no cuantitativos. Auditoria del C.I.
West Ontario-Bontis	Bontis (1996)	Analiza la relación causa efecto entre los diferentes componentes del capital intelectual y los resultados empresariales.	Indicadores de resultados organizativos
Navigator de Skandia-Edvinsson	Edvinsson (1996)	Indica que el verdadero valor del rendimiento de una empresa está en su C.I. combinando 5 áreas de enfoque: financiero, clientes, proceso, renovación y desarrollo y la última la humana.	Indicadores de medida absoluta del C.I. Índices de eficiencia del C.I.
Intellectual Assets Monitor-Sveiby	Sveiby (1997)	Divide los activos intangibles en estructura externa, interna y competencias de la gente. Mide la creación de valor de los A.I. en cuatro aspectos: crecimiento, renovación, utilización/eficiencia, y reducción del riesgo/estabilidad	Indicadores de crecimiento y renovación. Indicadores de eficiencia. Indicadores de estabilidad
Canadian Imperial Bank-Hubert Saint Onge	Hubert Saint Onge (1996)	Estudia la relación entre los recursos organizativos e intelectuales en el empleo de índices de aprendizaje.	Indicadores de aprendizaje
Modelo Nova	Camisón, Palacios y Devece (2000)	Trata de mostrar procesos de transformación mediante diferentes bloques de capital intelectual y divide al CI en 4 grupos: Humano, organizativo, social, y de innovación-aprendizaje.	Indicadores de procesos dinámicos
Modelo Intellect	I.U. Euroforum (1998)	Define al CI como el grupo de valores intangibles que enfatizan la capacidad de una organización para generar beneficios hoy y en el futuro.	Indicadores de presente y futuro

Fuente: (Moreno, 2011), (Soret et al. 2010), (Palomo, 2003)

Elaboración: el autor

Al analizar los modelos antes citados y teniendo en cuenta que cada uno de ellos tienen diferentes patrones y que unos se enfocan en industrias específicas y otros en varias, se adopta al modelo *intellectus* como el adecuado para analizar el sector de la alimentación de Loja, porque este arquetipo al estar formado por una estructura arborescente permite medir los intangibles clasificados en 5 secciones específicas, abarcando un mayor amoldamiento al caso de estudio.

## 1.2. Modelo *intellectus*.

El modelo *intellectus* permite hacer un análisis sobre la medición y la gestión del capital intelectual la cual “se fundamenta en una estructura arborescente de clasificación de los activos intangibles

que permite llevar a cabo de forma sistémica, la medición y gestión de estos” (Bueno y Murcia, 2013). Es decir que la estructura arborescente con la que cuenta Intellectus permite medir los intangibles como el capital estructural, humano y relacional expresados como variables dependientes y que cuentan con 5 subvariables correspondientes

Según Ruiz, Font y Lazcano (2015) Para el análisis del modelo Intellectus es necesario llevar a cabo antes una definición de conceptos básicos de los elementos que lo componen, los cuales se detallan a continuación:

- Los componentes son la agrupación de activos intangibles en función de su naturaleza.
- Los elementos son los grupos homogéneos de activos intangibles de cada uno de los componentes del capital intelectual.
- Las variables son los activos intangibles que integran cada elemento del capital intelectual.
- Los indicadores son instrumentos de valoración de los activos intangibles de las organizaciones, expresados en diferentes unidades de medida

Cabe destacar que el modelo en la parte endógena y exógena “la parte endógena se centra en componentes relacionados con las personas y la organización y la exógena se focaliza en la relación con los agentes del entorno.

E: Elemento intangible del componente  
V: Variable intangible a medir en el elemento  
I: indicador

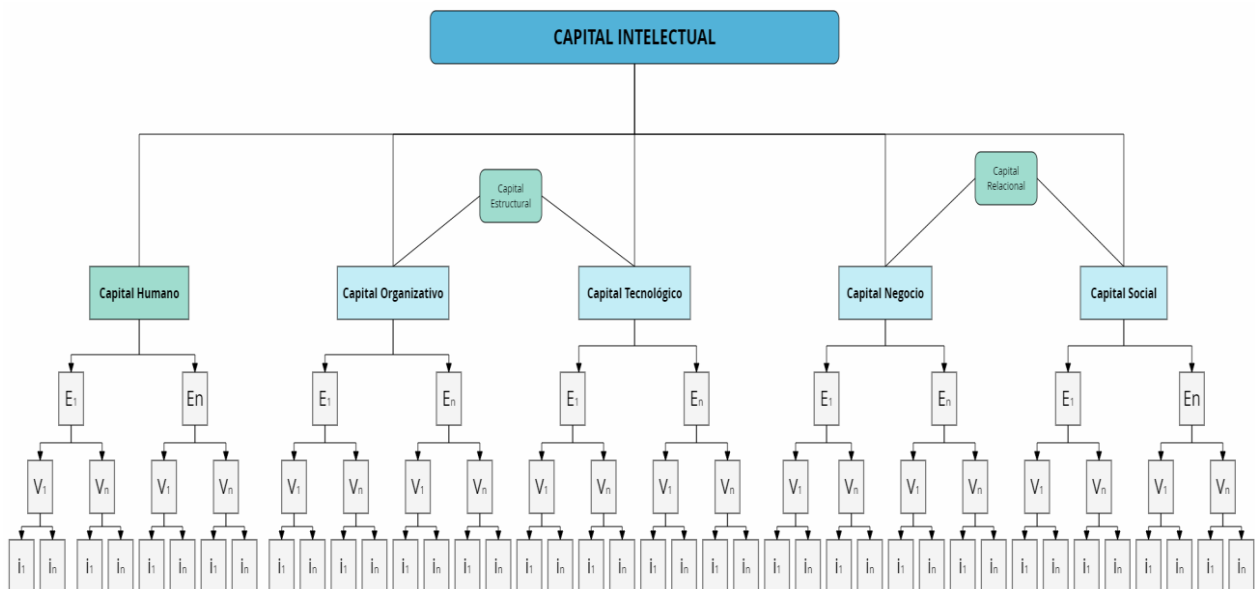


Gráfico 1: Estructura del capital intelectual  
Fuente: Bueno (2003)

### **1.2.1. Importancia.**

El modelo intellectus “Pretende facilitar un marco ordenado para la reflexión y puesta en marcha de iniciativas cuyo fin es la gestión del Capital Intelectual en la organización” (Bueno y Murcia, 2013). Como punto importante del modelo el cual debe de seguir los pasos adecuados para la elaboración del modelo de gestión del conocimiento y medición del capital

- i. Analizar los modelos de gestión del conocimiento y de medición del capital intelectual existentes
- ii. Seleccionar el modelo más adecuado para aplicarlo en el ámbito educativo
- iii. Identificar los procesos y los elementos del conocimiento de acuerdo con el modelo seleccionado
- iv. Construir indicadores para medir el capital intelectual acorde al modelo

Este modelo radica su principal importancia en su estructura que posee lo que permite realizar una comprensión acorde al ámbito a estudiar y sobre todo porque sus tres componentes básicos: capital humano, estructural y relacional permite al investigador considerar otras subdivisiones independientes y más específicas.

Así el capital relacional que considera un nuevo campo de estudio como es el capital social “que se centra en la atención en las relaciones con los aspectos relacionados al medio ambiente, desarrollo regional, compromiso social, la ética, el buen gobierno corporativo, etc. (...) Por otra parte, se tiene que el capital Estructural se divide en capital organizativo y capital tecnológico como ámbitos diferenciados de conocimiento y gestión” (Arango , Perez, y Gil, 2007)

### **1.2.2. Elementos y variables del modelo.**

El modelo intellectus está estructurado en tres grandes áreas a analizar las mismas que son imprescindibles para su estudio dentro de las empresas, estas tres áreas que se hablaron anteriormente (capital humano, estructural y relacional) se encuentran en subestructuras en indicadores que permita medir los recursos intangibles de le empresa en estudio.

En el grafico 1 se muestran los 5 elementos del modelo intellectus de los cuales se integran aspectos fundamentales que los identifican, a la vez que permiten describir los caracteres principales básicos ofreciendo una visión más clara de lo que se pretende medir y ofrecer una explicación objetiva y clara. También es necesario tener en cuenta que cada elemento del modelo se analiza por medio de variables con base cognitiva de los activos intangibles, además estas

variables precisan de indicadores que nos permitan una obtención de datos eficiente y con valor, para lo cual estos deben de presentar categorías y niveles diferentes para una obtención correcta de la información para al final lograr cumplir una medición acorde con la investigación.

### **1.2.3. Campos de aplicación.**

Este modelo de medición se enmarca en la dimensión de los conocimientos de las empresas y “presenta una propuesta sistémica, abierta, dinámica, flexible e innovadora de las distintas manifestaciones en las que se puede presentar el conocimiento” por lo que el modelo al ser flexible y dinámico permite al investigador adaptarlo a varios campos de aplicación, siempre teniendo presente que es un modelo de gestión para medir los intangibles que posee la empresa.

El modelo intellectus “por sus numerosas y diversas aplicaciones ha mostrado un grado de ajuste importante tanto para el sector privado como al público (Caja Madrid, Ayuntamiento de Leganés, Cellerix, Instituto de Estudios fiscales, Caja Murcia, Agencia tributaria de España, CIRTA, etc.)” (Bueno, Salamador, y Merino, 2008). Intellectus permite amplios campos de investigación, sin distinguir el sector, el tipo de industria o el tamaño de las empresas a las que se realice el análisis, es así que según el Instituto Universitario de Administración de Empresas (IADE 2011) estas se pueden clasificar en dos grupos generales:

#### ➤ Sector público

En el caso del sector publico las aplicaciones de Intellectus responde “a estrategias de modernización en las administraciones públicas como nuevo marco de actuación para los países miembros de la OCDE y en especial de la Unión Europea, aparece como indispensable una nueva función pública basada en información y conocimiento” (Bueno et al., 2008). A continuación según el autor se citan las empresas públicas en los que se han realizado las invetigaciones

- Agencia Tributaria de España (AEAT)
- Instituto de Estudios Fiscales (IEF)
- El Ayuntamiento de Legánes y Madrid

#### ➤ Sector privado

Al ser un sector más amplio y “aludiendo a la necesidad de un mayor nivel competitivo a través del aprovechamiento del talento y el conjunto de capacidades organizativas que tienen como objetivo desarrollar labores de innovación y mejora” (Bueno et al., 2008).

Considerando que ha sido una aplicación de Intellectus multisectorial los autores citan sectores como:

- El sector de la Banca
- La biotecnología y salud
- La domótica
- El sector de la tecnología, información y la comunicación
- El sector del medioambiente
- Sector de empresa de la i+D

### 1.3. Innovación.

En los últimos años se ha acrecentado y se ha hablado tanto en las empresas como en los países sobre la innovación, incidido principalmente por la globalización, el incremento de la competencia y de los nuevos mercados, lo que ha provocado que las empresas se tengan que volver más competitivas y para ello han empleado la innovación como parte de sus estrategias lo que les permite obtener una mayor habilidad tanto en procesos o en su capacidad para posicionarse en nuevos mercados.

Así a continuación se presenta el proceso de innovación según una definición de la organización para la cooperación y desarrollo económico (OCDE) que se menciona más adelante.

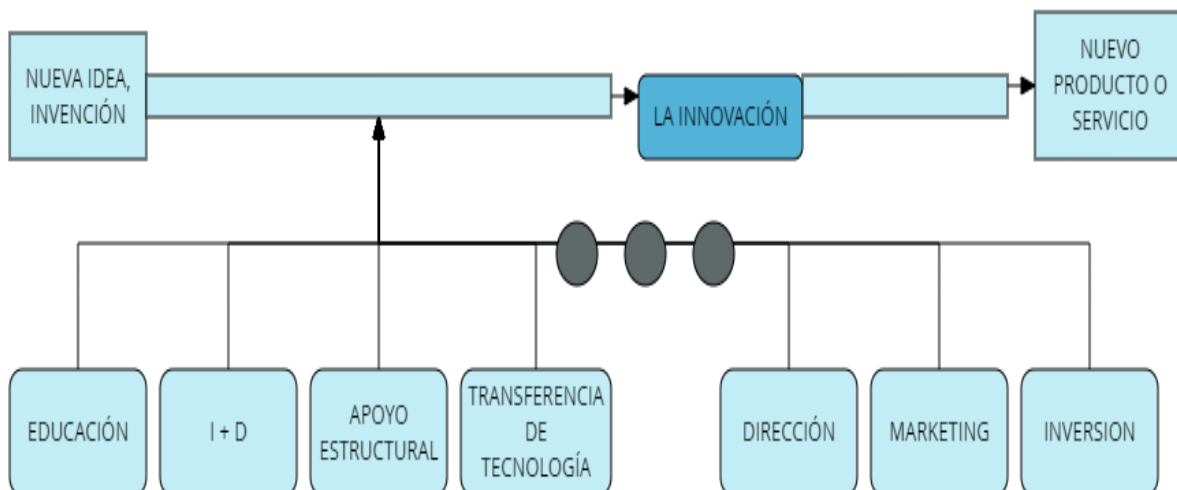


Gráfico 2: Proceso de la innovación.  
Fuente: OCDE (2006).

### 1.3.1. Antecedentes.

A pesar de que la innovación es fuente de competitividad en los últimos años, este término no es nuevo, por ello, autores como Schumpeter (1934) fue uno de los primeros en destacar la importancia de la innovación y el beneficio económico que conlleva a los países como a las empresas.

La innovación aportada por Schumpeter no fue tan aceptada por la sociedad de la época hasta que “a mediados de los años cincuenta los economistas empiezan a prestar atención al cambio tecnológico. Y no es hasta los años 70 cuando empieza a suscitarse un interés por la innovación dado por la crisis del petróleo del 1973” (Sáez, Garcia y Palao).

Es así que a partir de los años 70 en Silicon Valley donde surgió la industria de los semiconductores y las empresas innovadoras que compiten por ser las mejores y dominar un mercado introduciendo productos y servicios innovadores con el reto de encontrar empresas cada vez más competitivas, un lugar donde las empresas cada vez tienen el reto de reinventarse con la creatividad, abrir nuevos mercados, eliminar las barreras o fronteras existentes retar a empresas establecidas o naciones poderosas o a su vez sufrir un proceso de destrucción. Pero Schumpeter ya escribió sobre esta transformación capitalista afirmando que:

“Este proceso de mutación industrial que revoluciona incesantemente la estructura económica destruyendo interrumpidamente lo antiguo y creando continuamente elementos nuevos constituye el dato de hecho esencial del capitalismo. En ella consisten en definitiva el capitalismo y toda empresa capitalista tiene que amoldarse a ella para vivir” (Schumpeter, 1939)

Entre los años 70 y 90 se producción una serie de innovaciones que revolucionaron tanto a las industrias, empresas y gobiernos y como ejemplo podemos mencionar algunos: el PC, el microondas, el sistema GPS o el teléfono móvil. Pero lo que verdaderamente revoluciona la nueva industria tecnológica fue la invención de la World Wide Web (www) o red informática mundial. Y es en estas épocas que se desarrolla el concepto de Design thinking concretamente en los años 80 introducida por Herbert Simón, este método se utiliza para generar ideas innovadoras que centra su eficacia de entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios.

Es por ello y gracias a la innovación que las personas han realizado cambios importantes que ha conllevado el crecimiento de la humanidad, incluso “una idea, práctica u objeto que se percibe como nuevo por un individuo u otra unidad de adopción” (Rogers, 1995).

En el siglo XXI la innovación recoge aún más importancia como fuente competitividad y crecimiento sostenible tanto para las economías como para las empresas así sostiene Pulido (2005) la “innovación se configura como el factor clave en pro de la consecución de los incrementos de productividad, competitividad y del crecimiento económico sostenible, y además la innovación es la garantía para mejorar el nivel de vida de la sociedad

En síntesis se concluye que cualquier idea que haya tenido el ser humano al principio de su existencia y que haya sido ejecutada es un sinónimo de innovación, es decir que con el hecho de que el ser humano haya pasado de alimentarse con frutos y bayas tal y como lo cuenta la historia a alimentarse con los productos cocinados al fuego estaba realizando un proceso de innovación, incluso si mencionamos algo actualizado como el transportarse por medio de animales a la utilización del transporte actual ha sido por medio de la innovación y en algunos casos por medio de una larga evolución existente por medio de la innovación. Así en términos actuales la invención del teléfono por parte de Bell dio como resultado la innovación del teléfono inteligente revolucionando la comunicación y llevando al teléfono a formar parte de la vida diaria de la sociedad y las empresas, siendo la innovación de este un cauce de un largo proceso evolutivo

### **1.3.2. Definición.**

Son variadas los autores que hablan sobre la innovación los cuales lo han definido y descrito de diferentes formas y sentidos, pero para determinar cuál es el concepto de la innovación a utilizarse aclararemos como punto de partida el término “innovación”. Al respecto Schumpeter (1939) la conceptualizó como uno de los cambios históricos e irreversible de hacer las cosas y llama a la empresa como realizadora de nuevas combinaciones y emprendedores a los que promueven y dirigen dichos cambios, todo ello expresado como un cambio en la función de la producción.

Investigadores como Drucker (1977) sostienen que para innovar las empresa deben apuntar por lo alto, debido fundamentalmente a que las innovaciones pequeñas pueden ser igual de costosas que una innovación de mayor escala y llevando los mismos riesgos. Las innovaciones deben centrarse en el desarrollo de nuevos negocios par ser un innovador eficaz. Para lo cual plantea a la innovación como la acción dotar recursos que genere una nueva capacidad de proucción y creando un recurso que genere un valor economico en el tiempo.

Por otra parte Porter (1991) manifiesta que la innovación se puede materializar en el diseño de un nuevo producto, un nuevo proceso de producción, un nuevo enfoque de marketing o una nueva

forma de organizar o formar. Engloba a la innovación no solo en producto que se ofrece al consumidor si no tambien a todas las áreas integradas a la cadena de valor, y tambien aclara que “la ventaja competitiva abarca todo el sistema de valor concebido como el conjunto de las actividades relacionadas con la creación y uso de un producto la cual se mantiene gracias a mejoras incesantes” (Porter, 1991 p.718).

Según Navarro (2005) la innovación va más allá de la producción o servicio que pueden ofrecer las empresas, si no tambien abarca a niveles estrategicos, y de mas conceptos empresariales los cuales son la causa para que la empresa alcance un posición aventajada con respecto a las demas sin importar su nivel o dimensión organizativa.

Tambien se definen como “aquella que afecta a los valores, normas, y costumbre de una organización. Así se diria que que una determinada organización se propicia la cultura innovadora cuando sus valores potencia que el equipo humano sea partcipe” (Trillo y Pedraza, 2007).

Como conclusión, algunas definiciones que ha mencionado sobre la Innovación que es un proceso, ya sea corto o largo dependiendo del tipo de innovación, que involucra a toda la cadena de producción de la empresa, a los distintos niveles organizacionales y estrategicos, y al al capital humano e intelectual como parte integrante que debe estar apoyado por cultura organizacional que fomente la paritcipación y la investigación,y que sirva para satisfacer nuevas necesidades y obtener una ventaja competitiva.

A pesar de que los cambios realizados por la innovacion ha realizado importantes contribuciones macroeconomicas, es necesario recalcar que esas mejoras individuales aportadas por las empresas deben de convertirse en mejoras o cambios globales que ayuden a la sociedad.

### **1.3.3. Modelos de la innovación.**

Dependiendo de que autor se este refiriendo mencionan diferentes tipos de innovaciones, y de distintas clases, así Schumpeter (1939) sostiene que existen cinco clases: “la producción de una nueva mercancía, un nuevo metodo d e producción, la explotación de una nueva fuente de materias primas, la conquista de un nuevo mercado, la reorganización de un nuevo sistema de producción”.es decir, que la innovación es proceso continuo que implica a toda la organización sin importar el sector.

Tambien Guzman y Martínez (2014) afirman que para la innovación existen tres criterios basicos para clasificar a la innovación: Según el objeto de la innovación, el Grado de novedad de la innovación y la finalidad estrategica de la innovación. Los tres criterios mencionados

anteriormente permiten una mejor comprensión de las diferentes clasificaciones de las innovaciones, debido a que estos se estructuran de forma más general

La OCDE (2006) lo define a la innovación como la “introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado o la introducción de un método de comercialización, de organización nuevo, aplicado a prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a relaciones externas”. Esto ha llevado a ser el concepto estandar de los países miembros de la OCDE, la misma que distigue cuatro tipos de innovación

- Innovación en producto, definida como la introducción de un bien o servicio nuevo o significativamente mejorado en sus características o usos.
- Innovación de proceso, definida como la implementación de un método de producción o distribución nuevo, o significativamente mejorado.
- Innovación de márketing, definida como la implementación de un nuevo método de márketing que conlleve cambios significativos en el diseño del producto o el packaging, la colocación, las promociones o el precio.
- Innovación organizativa, definida como la implementación de un nuevo método organizativo en las prácticas de negocio de la empresa, en la organización del área de trabajo o en las relaciones externas.

A continuación se enuncian tres de los modelos con las metodologías más innovadoras en las empresas.

### **Método Lean Starup.**

Esta metodología proviene de las teorías de Lean Manufacturing de Toyota la cual fue retomada por Ries en el año 2012 el cual sostiene que el modelo Lean Starup al aplicarse a las nuevas empresas, este rediseña el proceso haciéndolo más eficiente y reduce el riesgo asociado al lanzamiento de cualquier proyecto innovador que posea la organización.

Comprende de 3 fases: Crear, medir y aprender, el cual se trata de un circuito con feedback unidireccional tal y como se observan en el gráfico 3.

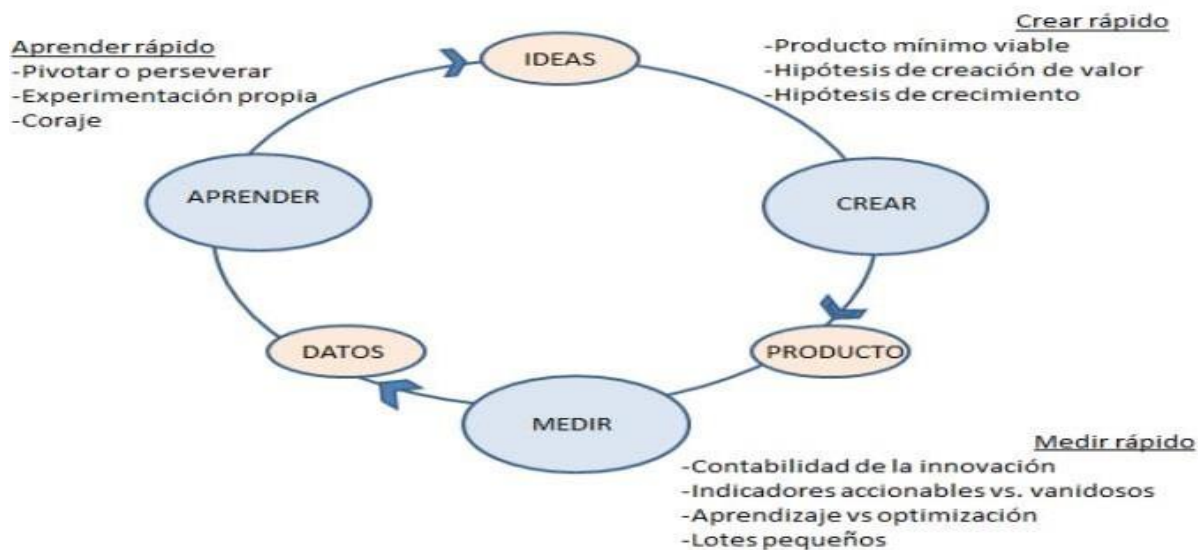


Gráfico 3: Circuito feedback de información denominada Crear-medir-aprender.  
Fuente: Ries (2012).

### Modelo empresarial de la innovación amplia.

Este modelo fue desarrollado por el sistema español de la innovación COTEC en el año 2004, trata de un análisis microeconómico que se complementa desde la visión macroeconómica para realizar las innovaciones tecnológicas mediante el concepto de sistema de innovación, el cual supone la existencia de una serie de elementos que actúan en un determinado entorno geográfica para producir y utilizar conocimiento científico y tecnológico con el fin de obtener beneficios económicos. Este modelo consta de tres fases y cada una de ellas con subfases, tal y como se observa en el grafico 4.

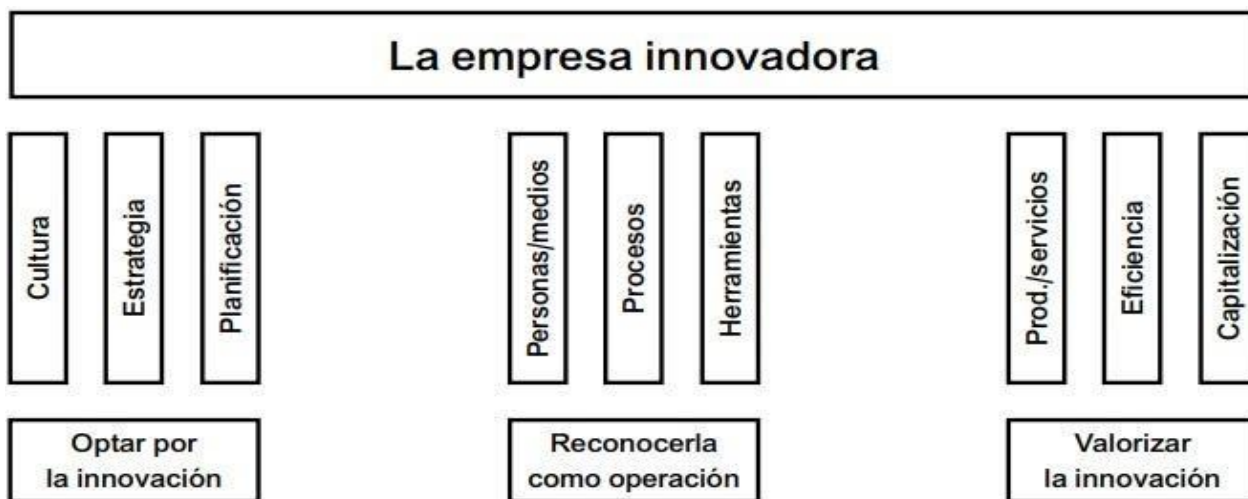


Gráfico 4: Modelo empresarial de innovación en sentido amplio  
Fuente: COTEC (2004).

## Modelo lineal

Este modelo fue propuesto por COTEC en el año 2015 y sostiene que el proceso de investigación y desarrollo (I+D) da lugar a una serie de transformaciones de innovación posterior, de los cuales algunos pueden tener éxito y otros no, el único inconveniente es que no se conoce el tiempo que se empleara para generar estas innovaciones. Además, este modelo sostiene que las innovaciones solo provengan de la I+D, sino también pueden surgir de las observación de una propuesta de mejora o de un análisis de mercado sin la existencia de la investigación o desarrollo tecnológico tal y como se observa en el grafico 5.



Gráfico 5: Modelo de innovación lineal.  
Fuente: COTEC (2015)

### 1.1. Relaci3n entre capital intelectual e innovaci3n.

El capital intelectual ha estado presente en las organizaciones como generador de riqueza; es por ello, que se hace necesario realizar una breve relaci3n entre el capital intelectual y las diferentes formas de innovaciones que se realizan dentro de las empresas. Adem3s, Bernardez, (2008) sostiene que el capital intelectual consiste, no solamente de ideas, productos o servicios tecnol3gicos, si no en formulas o modelos de negocio para hacerlos accesibles a diferentes segmentos y mercados.

A continuaci3n, se realizar3 una breve relaci3n entre las diferentes formas de innovaci3n y como en esta ha influido el capital intelectual dentro de cada una de ellas y han logrado obtener una ventaja competitiva frente a sus rivales.

#### 1.4.1. Capital intelectual y la innovaci3n en procesos.

Los procesos forman parte esencial de las empresas especialmente para el cumplimiento organizacional, pero si se preguntan c3mo se relacionan estos con el capital intelectual es

suficiente ver un caso de éxito en el mundo empresarial y tal como afirma Hamel (2008) el cual califica de innovación administrativa a cualquier cosas que modifique drásticamente la manera cómo se realiza este trabajo de gerencia o que modifique ostensiblemente las formas de organización y con ello promueva los fines de la empresa. Por tanto, Toyota con su metodología Just in Time representa una de las innovaciones más claras aportadas por parte de su capital intelectual dentro de la fábrica, cambiando así, drásticamente los métodos de producción e impulsando una metodología eficiente que no solo abarca a la empresa sino también a su entorno permitiendo a la administración obtener ventajas competitivas más sostenibles. Estos factores que permite diferenciarse de otros, no es solo por el acceso a las materias primas, si no, por la capacidad de aplicar una metodología innovadora y eficiente del capital intelectual que permite cambiar las formas tradicionales de organización.

Para que una empresa sea competitiva debe de aprovechar cada uno de los recursos que posee siendo uno de ellos la innovación, para ello “cada organización debe de adaptar el proceso a sus propias posibilidades de desarrollo e integración de conocimiento, es decir, a su propia capacidad de innovación” (Bravo y Herrera, 2009).

Según Álvarez (2015) “la innovación es un conjunto de procesos intelectuales, sensoriales y culturales que desarrollan los seres humanos para dar solución a los diversos problemas”, es decir, que si hablamos de un proceso que aprovechado por el capital intelectual tenemos que “el conocimiento tecnológico se materializa en la puesta en práctica de nuevos procesos productivos o mejoras en los mismos, se hablará de una innovación en procesos” (Nieto, 2001).

#### **1.4.2. Capital intelectual y la innovación en productos.**

Los productos como tales en su gran mayoría lo ha provisto la naturaleza, pero muchos de ellos, para satisfacer nuevas necesidades de las personas, estos han tenido que sufrir un proceso de transformación dando como origen a un producto distinto, indiferentemente si este ha sido creado de manera natural o artificial, este ha necesitado el esfuerzo combinado entre las personas y las herramientas necesarias para dicha transformación por ende las personas han necesitado del conocimiento necesario para realizar la transformación al nuevo producto.

Las necesidades de las personas se hacen cada vez más cambiantes que combinado con una competencia global existente hacen que la innovación juegue un papel primordial en la vida de las empresas, a tal punto que “si una empresa pretende sobrevivir y prosperar en entornos dinámicos, esta debe de renovarse de forma continua” (Danneels, 2002). Por lo que las empresas

deben de identificar en su entorno estas necesidades para que sus outputs sean el resultado de un proceso innovador y siempre teniendo en cuenta los diferentes aspectos de la innovación, es así, que Alegre (2009) sostienen que la innovación es aquel proceso que no solo incluye la i+D, sino también los diseños técnicos, la manufactura, la gestión y actividades comerciales que involucran en el marketing ya sea de un nuevo o mejorado producto.

En términos aún más concretos la innovación “corresponde con la introducción de un bien o servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o en cuanto al uso que se destinan” (OCDE, 2006). Es decir que los outputs deben de poseer un valor agregado o características únicas que lo diferencien de los que anteriormente ya poseía dando como resultado según la OCDE (2006) la mejora significativa de las características técnicas, de los componentes y los materiales, y la informática integrada, de la facilidad de uso u otras características funcionales.

Una vez comprendido los diferentes criterios sobre la innovación de productos se hace necesario identificar el papel que juega el capital intelectual, y es así como el conjunto de conocimientos que posee el talento humano es básico para una efectiva actividad de la organización dando como resultado una característica propia que imposibilita separar los activos intangibles que desarrollan las personas dentro de su actividad laboral. Pero los elementos intangibles que incluyen el capital humano hacen referencia “a los conocimientos adquiridos por una persona además de otras cualidades individuales como la lealtad, polivalencia o la flexibilidad que condicionan la productividad y el valor del individuo a la empresa” (Fernandez, Montes y Vazquez, 1998).

La inversión que se haga en investigación y desarrollo por parte de las empresas u organizaciones por sí misma no se puede encaminar en la capacidad innovadora para desarrollar un nuevo producto o servicio, no obstante, se hace imprescindible la inversión en activos intangibles como los estructurales, relacionales y sobre todo como fuente principal el humano y su conocimiento. El conocimiento de acuerdo con la rama que se estudie aumenta la innovación, tal es el caso que “el conocimiento tecnológico cuando se materializa en el desarrollo de nuevos productos o en el perfeccionamiento de los que ya existen, se dice que se ha producido una innovación de producto” (Nieto, 2001).

### **1.4.3. Capital relacional e innovación.**

“El capital relacional es crítico para tomar decisiones en la empresa de cara a explotar su conocimiento y el potencial inexplorado del mismo” (Kogut y Zander 1996). También es necesario tener en cuenta que las empresas se relacionan de manera estrecha con su entorno al tener un activo intangible tan valioso para lo cual Bontis (2002) sostiene que las empresas dependen en gran medida de las relaciones con el entorno. Así el capital relacional incluye el valor agregado por las relaciones, no solo con sus clientes, o accionistas, si no con todos los grupos de interés, tanto internos como externos. Por lo tanto, la calidad de las relaciones que mantenga la empresa con los proveedores y clientes forman parte del capital relacional, así que, las empresas que se caractericen por el ganar-ganar a largo plazo con sus proveedores y clientes obtendrán más ventajas competitivas que otras que no lo tengan.

El papel preponderante que tiene “las redes de colaboración y las alianzas permitirá el éxito de las innovaciones tecnológicas (...) y señala como aspecto clave al capital relacional derivado de las alianzas, la confianza mutua (...) de las relaciones involucradas en la misma” (Castro et al., 2009).

A pesar de que los autores antes mencionados relacionan al capital relacional con las innovaciones tecnológicas, esto puede ser aplicable a otros sectores debido a que el capital relacional tiene que ver con su entorno y sus relaciones y esta se ve influenciada por la innovación necesaria para la empresa u organización.

### **1.4.4. Capital estructural e innovación.**

El capital estructural está conformado por “los equipos, programas, base de datos, estructura organizacional, patentes, marcas de fábrica, y todo lo que forma parte de la capacidad organizacional que sostiene la productividad de sus empleados” (Puchol, Martín, Núñez, Ongallo, Puchol I y Sánchez, 2010, p.506)

El “capital tecnológico y la infraestructura que posee y le proporcionan valores como: tecnología organizacional, conocimiento explícito, propiedad intelectual, capacidad para la innovación, la cultura y sus políticas, la estructura, los sistemas de planificación y control, marcas, etc.” (Ordoñez, 2004).

A pesar de que tiene concordancia los autores citados anteriormente, se hace referencia a que el capital estructural pertenece a la organización y que se queda en ella en caso de que su capital

humano sea cambiado o reestructurado dando como resultado la expresión que “es todo lo que queda en la oficina cuando los empleados se van a su casa”. (Escorsa y Valls, 2003, p.45)

Para autores como Subramaniam y Youndt (2005) sostiene que, el capital estructural tiene influencia positiva en la capacidad de innovación. Por lo que es responsabilidad de la empresa que este dominio se quede en ella y vaya aportando una ventaja competitiva en cada una de las estructuras o formar organizacionales que posee.

**CAPITULO II**  
**ANÁLISIS DEL SECTOR ALIMENTACIÓN**

## **2.1. Antecedentes.**

A nivel mundial la industria de los alimentos es una de las más influyentes y según la revista Ekos Negocios (2014) es debido a la alta demanda de estos bienes dentro del mercado, y por su puesto la tecnología ha hecho lo suyo para acelerar este crecimiento. En la actualidad este sector posee un saldo de USD 1356 miles de millones de productos alimenticios comercializados en 2011 y con un 12% de crecimiento promedio en los últimos tres años, incluso el área de transporte de mercancías se ha visto beneficiado por este sector.

La industria de los alimentos en el Ecuador es uno de los más destacados principalmente para potenciar negocios económicos de diferentes tamaños y por ser uno de los productos que cubre una de las necesidades más básicas del ser humano, este sector también se destaca por la generación de empleo que produce cada año tanto en el alimenticio como en el de la investigación en nuevos procesos o productos. El sector de alimentación y el de investigación se relacionan, por tanto, “este genera empleos en la industria de los alimentos, ya que utiliza expertos en microbiología, biotecnología, genética, química, nutrición, entre otras disciplinas que aportan conocimientos para el mejor desempeño de este sector” (Ekos Negocios, 2014).

La preparación de alimentos y bebidas según datos de la Corporación Financiera Nacional (CFN, 2017) suman en el sector USD 3.229,67 millones, este valor representa en el PIB nacional una participación del 4.67%, es decir, que solo el sector alimenticio a nivel nacional aporta con un 3.96% dejando al sector de las bebidas con un 0.71%. A pesar de que el sector alimenticio para el año 2016 evidencio un decrecimiento del 1.4%, para el año 2017 este mismo sector logró un 1.9% de recuperación.

Cabe destacar que una ventaja que presenta los productos creados por la industria alimentaria comparados con los productos primarios que anteriormente se enfocaba la industria ecuatoriana “es que estos productos poseen una menor volatilidad de precios en el mercado externo dado el valor agregado que se le añade” (Ekos negocios, 2018). Por lo cual los productos creados permiten que las empresas ecuatorianas sean más competitivas y se puedan ingresar a más mercados.

En cuanto a las exportaciones el sector de la alimentación según el Instituto Nacional de estadísticas y censos INEC (2017) los productos alimenticios industrializados de mayor peso

dentro de las exportaciones se concentraron en seis subpartidas arancelarias: banano (30%), productos pesqueros como camarones (12.4%), langostinos (7%) y otros decápodos (5.3%); enlatados de pescado (16.8%), cacao (6.2%), flores (5,7%) y café (2.2%) y otras el 14.4%. En el gráfico 6 se observa con más detenimiento cada rubro con su porcentaje de participación entre estos años.

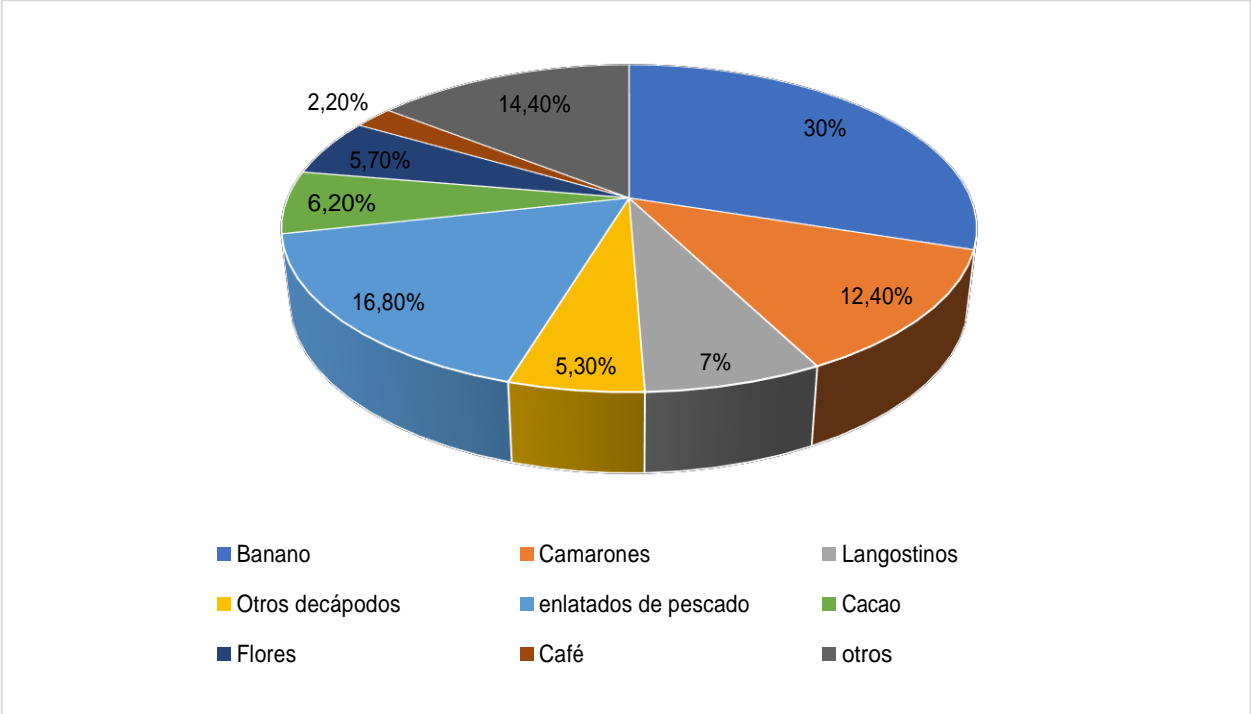


Gráfico 6: Exportaciones del sector alimentación  
 Fuente: INEC (2017)  
 Elaboración: El autor.

Además, cabe destacar que según Ekos (2017) la industria de los alimentos y bebidas dentro de la manufactura lleva el mayor peso con un 38% y en su composición más grande de alimentos es la de procesamiento y conservación de pescado y otras especies acuáticas con un 27% de orientación exportadora. La segunda actividad es la de productos cárnicos con un peso del 14% en el total de alimentos. Otra producción que destaca es la de grasas y aceites con el 10% y la producción de bebidas tiene un peso del 15%. En la tabla 4 se observa la composición de la industria de los alimentos.

Tabla 4. Composición de la industria de alimentos 2016

ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y DE BEBIDAS	100%
Producción, procesamiento y conservación de carne y productos cárnicos	27%
Productos cárnicos	14%
Grasas y aceites	10%
Elaboración de Productos lácteos	8%
Elaboración de productos de panadería	6%
Elaboración de productos de molinería	4%
Elaboración de bebidas	15%
Elaboración de otros productos alimenticios	16%

Fuente: Ekos, 2017

Las exportaciones entre los periodos del 2013 al 2016 para el sector de la alimentación según datos de la CFN son USD 21,095 millones, lo cual forma parte del 19,2% del total de productos exportador por el país. El sector más representativo dentro de la alimentación la actividad de preparación de carnes, pescados o crustáceos con una participación del 42.5% del este sector.

Dentro de las importaciones según la CFN (2017) entre los periodos del 2013 al 2016 este sector suma USD 5.574 millones, lo cual representa el 4.8% del total de productos importados por el Ecuador, obteniendo una gran diferencia entre las exportaciones y esto es debido a que el país es uno de los principales exportadores de preparados y conservas de pescado, así como del cacao y sus similares lo cual en conjunto representa el 69%, de esta manera el Ecuador posee una balanza comercial favorable. El tener mayores exportaciones en el sector de los alimentos y bebidas es un cambio significativo que se ha dado, en gran medida es por las salvaguardias adoptada por el país, lo que ha permitido un aumento en la producción y elaboración de productos terminados y por ende una disminución de las importaciones.

Tabla 5. Principales productos exportados a la Unión Europea Enero-septiembre millones de USD FOB.

PRODUCTOS	% PARTICIPACIÓN		2014	2015	2016	2017	Var 2016-2017		
	2017						%	USD	
Banano		29%	572	634	636	702	↑	10%	66
Camaron		23%	566	455	530	551	↑	4%	21
Atún enlatado o procesado		22%	391	312	315	535	↑	70%	220
Cacao		6%	114	124	122	134	↑	10%	12
Rosas		5%	97	103	90	116	↑	29%	26
Café industrializado		2%	83	74	46	46		-1%	0
Elaborados de banano		2%	35	36	25	37	↑	48%	12
Extractos y aceites vegetales		1%	32	37	31	36	↑	13%	4
Jugo de maracuyá		1%	30	7	24	33	↑	39%	9
flores naturales		1%	50	35	30	25	↓	-18%	-5
<b>principales productos</b>		86%	1.921	1.781	1.819	2.189		20%	370
Resto de productos		14%	324	328	306	245	↓	-20%	-61
<b>Exportaciones no petroleras</b>		100%	2.245	2.109	2.124	2.433	↑	15%	309

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior (2017)

Según el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX) para el año 2017 entre los principales productos exportados al bloque económico de la Unión Europea aparecen los camarones con una participación del 23% y el atún enlatado o procesado con un 22% de participación tal y como se observa en la tabla anterior 5, generando USD 309 millones FOB de productos exportados dentro de la manufactura.

Ekos (2017) sostiene que la manufactura fortalece al país con fuentes de empleo calificadas y formales, es así que, esta industria genero el 11% del empleo total del país. La demanda de los productos industrializados, especialmente alimentos, depende del consumo internacional y de la situación económica de los países importadores.

La manufactura también depende del acceso a materias primas y bienes de capital, necesarios para su producción, esto hizo que en los años en los que se aplicaron mayores restricciones a las importaciones (2009, 2015 y 2016), la tasa de crecimiento fue negativa (-0,8%, -0,8% y -1%, respectivamente). Para 2017 se estimó una recuperación con una tasa de 4,2% que se incrementaría a 4,4% en 2018.

En este escenario, la participación del sector en la economía también se incrementó, pasando de 14% en 2009 a 16% en 2016. Para 2018 se estima que alcance el 17,3%. En el grafico siguiente se puede observar la evolución y participación en el PIB de la industria manufacturera.

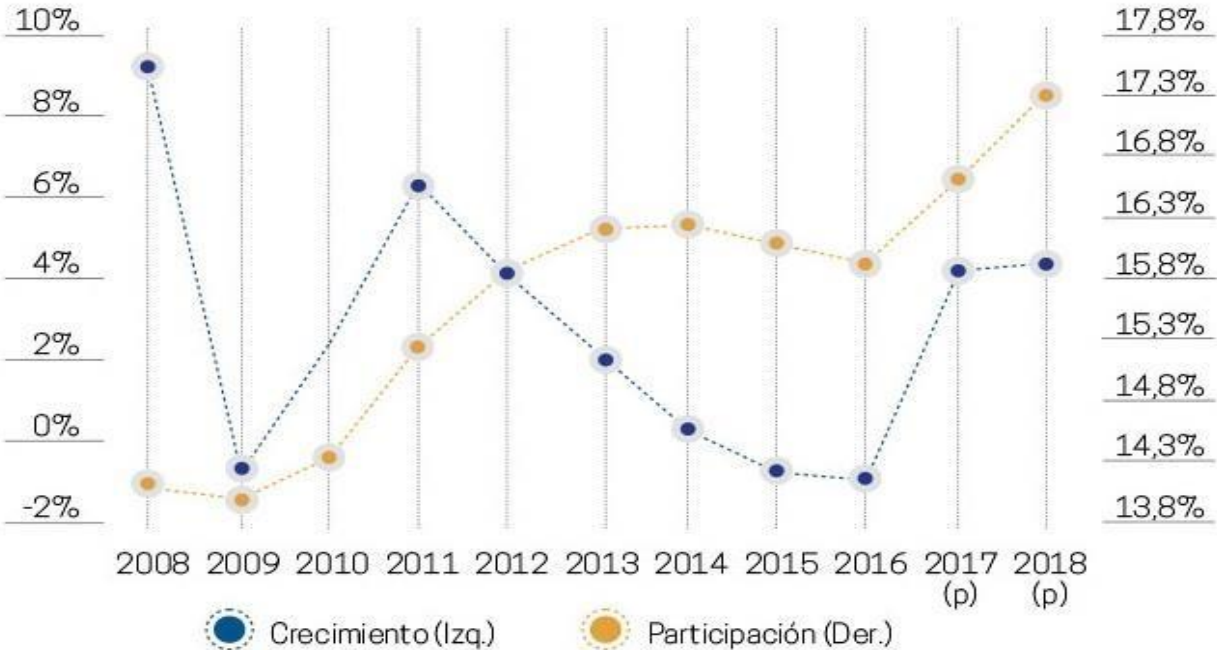


Gráfico 7: Evolución y participación en el PIB de la industria manufacturera  
Fuente: Ekos (2017)

Para el INEC (2017) se tiene que en el año 2016 el Ecuador refleja una contracción en la economía y es que su PIB se contrajo en 1.5% y la inflación aumento al 1.12%, estos factores se vieron reflejado en la tasa de empleo adecuado la cual se redujo 5.3 puntos porcentuales (p.p.), el subempleo se incrementó en 5.9 p.p. También el número de trabajadores asalariados decrece 5% y los afiliados voluntarios se incrementa a una tasa del 19%, dando como resultado una tasa neta de entrada negativa entre 2015 y 2016.

El ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (2018) sostiene que la inversión en TIC 's el sector de la manufactura represento 61.45 millones de dólares en el año 2014 superado solo por el sector comercio con 74.79 millones de dólares. Asi mismo, las empresas han incrementado el talento humano con conocimiento en TIC, obteniendo en el periodo 2012-2014 una tasa anual del 29.38% y con 86.409 profesionales en esta área. Del 2013 al 2014 las empresas han incrementado el numero de personal para el cargo de especialistas en TIC 's en un 11%.

## **2.2. Clasificación del sector económico.**

El objetivo de la clasificación nacional de actividades económicas CIIU en el Ecuador “es de adaptar las normas internacionales a la realidad del país, así mismo estas normas están diseñadas para agrupar fenómenos u objetos, en conjuntos homogéneos de acuerdo con criterio preestablecidos y en función del uso que tendrán las clasificaciones” (INEC, 2012).

El CIIU se utiliza “para clasificar uniformemente las actividades o unidades económicas de producción, dentro de un sector de la economía, según la actividad económica principal que desarrolle” (INEC, 2012).

Dentro de la clasificación nacional de actividades económicas INEC (2012) el sector alimentario se encuentra en el CIIU 4, este ítem se clasifica en 15 ramas estando dentro de ella las industrias manufactureras con el ítem C10.

Las manufacturas según el INEC (2012) pueden ser entendidas como un producto terminado, en el cual está listo para su utilización o consumo, o semi-acabado, en el sentido de que constituye un insumo para otra industria manufacturera; por lo tanto, este ramo se dedica a la transformación de la materia prima en bienes finales de consumo, ya sean estos para su comercialización directa o a traves de distribuidores los mismo que se encargan de hacer llegar al consumidor específico.

Además cabe recalcar que esta industria posee características propias de su sector obteniendo “tres tipos: las industrias avanzadas, consideradas como de demanda y contenido tecnológico alto, las industrias intermedias, con demanda y contenido tecnológico medio y las denominadas industrias tradicionales, con demanda y contenido tecnológico bajo” (Jaén y León, 2006).

En la tabla 6 se presenta la clasificación de la industria manufacturera en el Ecuador según la clasificación CIU.

Tabla 6. Clasificación general CIU 4 de las industrias manufactureras

<b>CIU4</b>	<b>DESCRIPCION</b>
C	Industrias manufactureras
C10	Elaboración de productos alimenticios
C20	Fabricación de sustancias y productos químicos.
C21	Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico.
C22	Fabricación de productos de caucho y plástico
C23	Fabricación de otros productos minerales no metálicos.
C24	Fabricación de metales comunes.
C25	Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo.
C26	Fabricación de productos de informática, electrónica y óptica.
C27	Fabricación de equipo eléctrico
C28	Fabricación de maquinaria y equipo N.C.P.
C29	Fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques.
C30	Fabricación de otros tipos de equipos de transporte.
C31	Fabricación de muebles.
C32	Otras industrias manufactureras
C33	Reparación e instalación de maquinaria y equipo.

Fuente: INEC (2012)

Elaboración: el autor.

Como se observa en la tabla anterior el sector de la de elaboración de productos alimenticios se encuentra con el rubro C10, pero este rubro en el Ecuador está dividido en 8 sectores claramente definidos tal y como se muestra a continuación.

Tabla 7. Clasificación específica del CIIU 4 – C10 productos alimenticios

<b>CIIU 4</b>	<b>DESCRIPCION</b>
<b>C10</b>	<b>Elaboración de productos alimenticios</b>
C101	Elaboración y conservación de carne
C102	Elaboración y conservación de pescados, crustáceos y moluscos
C103	Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas
C104	Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal
C105	Elaboración de productos lácteos
C106	Elaboración de productos de molinería, almidones y productos derivados del almidón
C107	Elaboración de otros productos alimenticios
C108	Elaboración de alimentos preparados para animales

Fuente: INEC (2012)

Elaboración: el autor.

### **2.3. Diagnóstico del sector económico.**

Para proceder al análisis del sector de la alimentación se ha de tener en cuenta una serie de factores externos e internos a él, pero que son de gran influencia en su denominado ambiente exterior o macro-entorno, teniendo en cuenta en la realidad en la que se encuentra ante un entorno extremadamente dinámico en el que es necesario vislumbrar el entorno futuro y tomando en cuenta al pasado como un aprendizaje, la influencia de la tecnología, cada vez más sofisticado y con mayores prestaciones hacen del ambiente más complejo, variado y competitivo. Determinar los factores a día de hoy puede resultar determinante para la industria alimentaria y con gran influencia en el futuro empresarial.

#### **2.3.1. Variables externas.**

Las variables externas de la industria en estudio son las que no las pueden controlar debido a que estas no forman parte de la misma pero que la afectan directamente y que son necesarias para el desenvolvimiento de la economía.

#### **Económicas.**

El año 2017 este sector viene marcado por fuertes incertidumbres en la política, una de ellas es la generada por Estado Unidos, por tanto, El TLCAN y la negociación que se realice en este tratado marcaran a la región debido a los efectos que causan a sus exportaciones e importaciones. A pesar de ello América Latina “ha crecido a una tasa anual del 3.7% en la última década, además de crecer ha logrado aumentar su nivel de desarrollo y reducir vulnerabilidades” (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria BBVA, 2014).

Es necesario tener en cuenta que el Ecuador posee una estructura productiva que “se asienta fundamentalmente en la producción primaria, destacando históricamente su riqueza petrolera y en algunos productos alimenticios (cacao, banano, camarón, entre otros)” (Garzon, Kulfas, Palacios, y Tamayo, 2016).

Una de las últimas medidas económicas tomada por el Gobierno del Ecuador implica “un aumento de 3 puntos para las empresas, las mismas que pasan a pagar del 22% al 25% de impuesto a la renta a las sociedades” (Sistema de Rentas Internas SRI, 2018). Lo que afecta negativa al sector de la manufactura debido a que esto contrae la inversión extranjera al haber un mayor impuesto a las sociedades.

Según BCE (2018) el Ecuador en términos reales creció un 3% en el año 2017 y en términos corrientes el PIB alcanzó USD 103.057 millones. En términos anuales el consumo final de los hogares creció 4.9%, el gasto de final del Gobierno 3.8% y las importaciones se incrementaron en un 9.5%.

Para el BCE (2018) las exportaciones en 2017 presentan un incremento de 0.6% con respecto a 2016 contribuyendo positivamente a las variaciones porcentuales, en donde se destacan el crecimiento del banano, café y cacao, 6.3%; camarón elaborado 10%; pescado y otros productos acuáticos elaborados, 2.6%; flores 7%; entre otros. Por otra parte se destaca que el VAB no petrolero registró un crecimiento de 3.5%, debido a la recuperación de la mayoría de las actividades económicas; mientras que el VAB petrolero registró una caída de 2.8% debido a una reducción de la extracción de petróleo; el sector de la manufactura (excepto refinación de petróleo) creció en un 2.1%

El gasto de consumo final de los hogares según el BCE (2018) registró un crecimiento interanual de 5.6%; el gasto de consumo final del Gobierno General un 4.3%; y, las exportaciones de bienes de servicio 0.4%

La tasa de desempleo de acuerdo al INEC (2018) fue del 4.1% decreciendo en un 0.3% en comparación con el año 2017; mientras que, la tasa de subempleo fue del 19.4% y el empleo adecuado se ubicó en 38.9%, que en comparación con 2017 estos decrecieron un 0.6% y 1.2% respectivamente.

El crecimiento del PIB, el incremento de las exportaciones, el decrecimiento de la tasa de desempleo y el aumento en el consumo de los hogares son factores positivos para la industria manufacturera debido a que esto le da un aumento a la producción a pesar de que las variaciones

sean mínimas. A pesar de ello se debe de actuar con precaución debido al aumento de 3 puntos porcentuales al impuesto a la renta ya que esto puede contraer las inversiones que son necesarias para el crecimiento y dinamismo de este sector.

### **Ambientales.**

La responsabilidad ambiental es un compromiso de toda la sociedad y sobre todo de las empresas e industrias, las mismas que tiene que tener un compromiso con el medio ambiente, es así que en “la ciudad de Loja se han implementado una ordenanza que regula el uso de las bolsas plásticas” (Municipio de Loja, 2017).

Entre otras contaminaciones ambientales se encuentran los olores que emiten las industrias y en el Ecuador “el 26,76% de los hogares declaran estar afectados por algún tipo de olor y a nivel de la provincia de Loja la contaminación llega al 13,22% de los hogares afectados” (INEC, 2014).

La responsabilidad ambiental es un fuerte compromiso al que el sector de la alimentación y los gobiernos debe de actuar en conjunto, para así establecer las políticas y normas en bien de la comunidad. Entre estas políticas y normas se deben de establecer un lugar adecuado para las industrias, las cuales deben de estar alejadas de las proximidades de la ciudad; también, deben de regularse el tratamiento de los desechos y olores que producen

La regulación de las bolsas es efecto que no incide directamente a la industria de la alimentación pero se tiene que tener en cuenta debido a que esto afecta a sus distribuidores los cuales tienen que hacer inversiones en este tipo material para entregar al consumidor final los productos. Así mismo, la industria utiliza bolsas no degradables para el empaquetamiento de sus productos, con lo cual deben de anticipar el futuro, demostrar una mayor responsabilidad social y compromiso con el medio ambiente y cambiar el empaquetado de sus productos.

### **Tecnológicos.**

Uno de los aspectos influyentes en el sector de la alimentación es la tecnología debido a que está a eliminado procesos manuales y se han estandarizado es por ello que “el progreso tecnológico supone una profunda transformación del sistema productivo de las empresas y provoca que la innovación tecnológica escape del dominio de parte de las empresas y se transforme en un imperativo para el crecimiento y la supervivencia” (Vacas, García , Palao, y Rojo, 2005).

El uso de la tecnología según el Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (2018) la inversión que se hizo en la grande empresa fue de USD 175.370 millones, la mediana

empresa invirtió USD 27.730 millones y la pequeña empresa con USD 1.470 millones, de estas inversiones USD 61.450 millones corresponden al sector de la manufactura.

Que las empresas manufactureras hayan decidido invertir en nuevas tecnologías es vital y crucial para su crecimiento sostenible debido que esto ayuda a mejorar tanto la comunicación interna y externa, lo cual significa que las empresas están en constante evolución y se adaptan con facilidad a los cambios tecnológicos. Además, estas nuevas tecnologías ayudan a atraer nuevos y potenciales clientes, y a detectar nuevos proveedores que son esenciales para la industria.

### **Demográficos.**

Existen varios datos demográficos entre las cuales mencionaremos las adecuadas a nuestra investigación como la edad, estudio y el género, hablando de estos dos puntos de sobre la localidad en estudio.

Según el INEC (2010) hasta el último censo poblacional de Loja está conformada por 220.794 hombres y 228.172 mujeres dando un total poblacional de 448.966 habitantes siendo la población más representativa entre 5 y 19 años con un 32.19% del total poblacional seguido por edades entre 20 y 29 años con un 16%; y edades de 30 y 39 años con un 12% del total poblacional. Obteniendo una tasa mayor de edades promedio relativamente jóvenes para trabajar.

Entre la población que tiene un título de post-bachillerato, superior o postgrado según el INEC (2010) indica que son 34.133, adicional a ello se tiene que sumar los que no saben cuál poseen con 11.298 personas. Estas cifras han sido obtenidas de un total poblacional de 70.788 personas.

Para el sector de la alimentación contar con personal joven, cualificado y con estudios es esencial, ya que esto aportan un valor agregado para desempeñar su trabajo con eficiencia y eficacia.

### **2.3.2. Variables internas.**

Al mencionar las variables internas de la industria manufacturera de Loja, Se está refiriendo a las variables que pueden ser controlables por el sector y que en muchas de las ocasiones depende de ellos mismos, con lo cual se menciona las más relevantes, entre las cuales están el financiamiento, los precios de los productos y el giro de la industria.

### **Financiamiento.**

La ciudad de Loja está conformada por Bancos pequeños, medianos y grandes tanto del sector público como del sector privado y el INEC (2011) sostiene que en Loja la necesidad de financiamiento de la industria manufacturera ascendió a USD 1.189 millones de dólares la misma

que género ingresos en el año USD 56 millones, así mismo las empresas adquirieron financiamiento para la inversión en activos fijos en el 2009 a nivel país por un monto de USD 3.738 millones de los cuales la inversión en estos activos representó el 2,22%, por lo cual la fuente de financiamiento es muy aceptable para el sector este lugar sobre todo si tenemos en cuenta que la inversión ha sido destinada para los activos de la empresa, lo que le permitirá generar ingresos mayores en el futuro.

### Precios de los productos.

El encarecimiento mensual según el INEC (2017) del sector de los alimentos y bebidas a nivel nacional obtuvo un -10%, es decir, una leve tendencia a la baja, pero este rubro en Loja obtuvo un 0.90 con un costo total de USD 220.64 , obteniendo los cereales y derivados un costo de USD 49,75 seguido por el de carne y preparaciones con un costo de USD 36,11 los mismos que se presenta en la tabla 8 de la canasta familiar vital donde se considera la “estructura fija del gasto en bienes y servicios establecida en enero de 2007 para un hogar tipo de cuatro miembros con 1,60 perceptores de remuneración básica unificada” (INEC, 2017).

Tabla 8. Encarecimiento del precio de los productos del sector alimento y bebidas de Loja

Grupos y Subgrupos de Consumo	Encarecimiento Mensual	Costo Actual en Dólares	Distribución del ingreso actual**	Recuperación en el consumo	
				En Dólares	% del Costo
<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>	<b>0,90</b>	<b>220,64</b>	<b>267,10</b>	<b>-46,46</b>	<b>-9,44</b>
Cereales y derivados	0,55	49,75	50,74	-1,00	-0,20
Carne y preparaciones	0,77	36,11	38,36	-2,26	-0,46
Pescados y mariscos	-1,19	9,86	13,93	-4,08	-0,83
Grasas y aceites comestibles	-0,39	9,38	10,73	-1,35	-0,28
Leche, productos lácteos y huevos	2,48	27,95	29,89	-1,94	-0,40
Verduras frescas	5,07	11,51	25,68	-14,17	-2,88
Tubérculos y derivados	8,42	13,32	13,93	-0,61	-0,12
Leguminosas y derivados	-2,77	5,57	14,71	-9,14	-1,86
Frutas frescas	-4,43	12,34	20,68	-8,34	-1,69
Azúcar, sal y condimentos	2,08	7,31	7,55	-0,24	-0,05
Café, té y bebidas gaseosas	-2,28	5,97	8,25	-2,29	-0,46
Otros productos alimenticios	1,25	1,90	2,55	-0,65	-0,13
Alim. y bebidas. consumidas fuera del hogar	0,00	29,70	30,09	-0,39	-0,08

Fuente y elaboración: INEC (2017)

### Giro de la industria.

El giro de la industria en la localidad de estudio es diverso a pesar de que “Loja ha centrado su actividad económica principalmente en los sectores de la construcción, agricultura, comercio,

transporte e industria” (Ortega y Quintana, 2013). La presente investigación se centra en la industria manufacturera de alimentos, las misma que gira alrededor de la creacion y procesado de alimentos como carnes,pollos, embutidos y pasta, ademas de agua, aceites y otras bebidas típicas de la zona.

### Volumen de ventas.

El volumen de ventas para el año 2016 en la provincia de Loja para las industrias manufactureras con relación a las empresas suman un total de USD 77.251 millones, de las cuales 82% representa el volumen de ventas a las empresas con personería jurídica y el 18% a las no jurídicas. En el grafico 8 se detalla la industria y su volumen de ventas en comparativa con las demás.

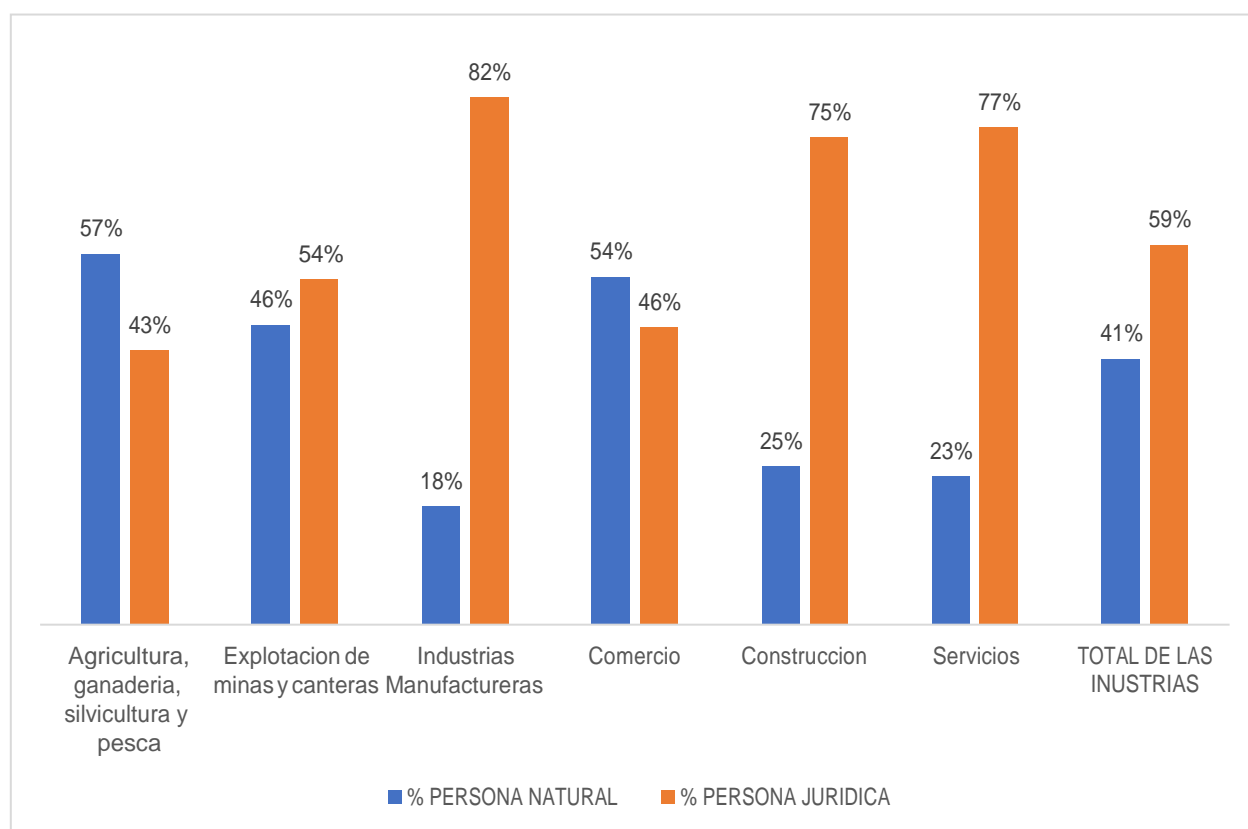


Gráfico 8: Porcentaje de venta por sectores económicos en la ciudad de Loja

Fuente: INEC (2016)

Elaboración: El autor

En la gráfica 8 se observa que las industrias manufactureras con personería jurídica superan en volumen de ventas en el año 2016 a otras industrias, estando seguida por la de servicios con el 77% y el sector de la construcción con 75%, destacando la importancia del sector.

## 2.4. FODA del sector económico

Según Smith (1794) en su investigación acerca de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones destaca dos pautas fundamentales: la relación que hay entre la división del trabajo, la especialización y el progreso económico, y la especialización de las economías en producir aquellos bienes y servicios que saben hacer mejor.

Tomando en cuenta esta breve reseña el sector de la alimentación mantiene como principal referente el sector industrial y manufacturero, en este sentido las empresas de este sector deben de adaptarse al nuevo ambiente tecnológico para incrementar la competitividad y productividad para de esta manera asegurar su futuro en base a un crecimiento sustentable. Es por ello que se hace necesario dar a conocer la situación de este sector a través de sus fortalezas oportunidades, debilidades y amenazas las mismas que se muestra en la tabla 9.

Tabla 9. Análisis FODA del sector de la alimentación en Ecuador

<b>FORTALEZAS</b> Alta participación del sector dentro de la actividad economía ecuatoriana (Alrededor del 13%) La calidad de la producción ecuatoriana primaria está ligada a las características geográficas. Incremento en el nivel de calidad de la producción alimenticia ecuatoriana. Altos volúmenes de producción alimenticia (USD 8 294 millones)
<b>OPORTUNIDADES</b> Existencia de consumidores exigentes con la calidad interesados en su consumo. Alto nivel de gasto en alimentación del consumidor 24,4% de los gastos del hogar Desarrollo del consumo responsable por parte de la gente, es decir, preferencia por bienes naturales, nutritivos.
<b>DEBILIDADES</b> Poca aportación de valor añadido en los productos y bajo nivel de innovación (salvo los productos amparados en una marca). Déficit y estancamiento en la incorporación de conceptos y nuevos modelos de negocio en el sector (Imagen, servicio, venta) Niveles bajos de inversión y tecnificación para la producción de alimentos Dependencia de precios internacionales.
<b>AMENAZAS</b> La escasez de agua es un factor que por la falta de conocimiento sobre su uso adecuado y problemas ambientales limitará la ampliación de la superficie cultivable. Crecimiento de zonas urbanas sobre territorios con alto potencial agrícola (cuenca baja del río Guayas). Alto nivel de competencia internacional con tendencia creciente.

Fuente: Ekos negocios

Entre las posibles soluciones que plantea Ekos Negocios (2014) adaptar medidas proactivas para el sector para que de esta manera puedan asegurar un crecimiento sostenido, tomar conciencia en el manejo de los recursos y desperdicios, y como última solución ampliar la red de emprendimiento con una alta calidad en el sector.

**CAPITULO III**  
**METODOLOGÍA**

### **3.1. Tipo de investigación.**

La investigación descriptiva “es el tipo de sondeo concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del problema en cuestión” (Danhke, 1989). Así mismo los estudios descriptivos también “proporcionan información para el planteamiento de nuevas investigaciones y para desarrollar formas más adecuadas de enfrentarse a ellas” (Gómez y Reidel, 2006).

Por tanto, la investigación fue descriptiva porque se requiere información de cada una de las variables a analizar y se formularon las preguntas importantes para la obtención de datos referente al capital intelectual e innovación de las empresas de la industria de los alimentos.

Posteriormente, se analizó la información obtenida en base a los objetivos previamente establecidos y se describió cómo se encuentra el sector con respecto al capital intelectual

### **3.2. Método de investigación.**

El análisis cuantitativo es el “enfoque científico para la toma de decisiones administrativas. Los caprichos, emociones y conjeturas no forman parte de él. El enfoque comienza con los datos. Como trata a la materia prima en una fábrica, los datos son manipulados o transformados (Render, Stair y Hanna, 2006)

A partir del concepto definido anteriormente, la investigación centró su estudio en el método cuantitativo porque inició con la obtención de datos más relevantes para luego procesarlos y descubrir las situaciones actuales por las que están pasando la industria en relación con su capital intelectual e innovación. Este método también llevó a finalizar con un análisis detallado y claro para emitir las conclusiones y recomendaciones de la industria objeto de experimentación.

### **3.3. Diseño.**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) el diseño de la investigación es el plan o estrategia para obtener la información que se desee. Por tanto, aquí se señaló lo que se debe realizar para alcanzar los objetivos y responder a los problemas planteados.

El diseño que se utilizó en la investigación es de tipo transversal descriptivo, porque permitió detallar e indagar la incidencia y los valores en que se manifestaron las variables; además de,

ayudar a proporcionar una visión detallada de cómo se encuentra el capital intelectual dentro de la industria de los alimentos.

### 3.4. Población.

Se define como población a aquella que es objeto de estudio, es decir al universo total de investigación, en este caso la población de estudio, es la industria de los alimentos en la ciudad de Loja con un total de 9 empresas. Al ser una población relativamente pequeña se estudiará a todo el conjunto y no será necesario obtener una muestra.

En la tabla 10 se muestra las empresas de estudio, con su clasificación CIIU obtenido de la web de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros del Ecuador.

Tabla 10. Población de estudio del capital intelectual- Loja

NOMBRE COMPAÑÍA	TIPO COMPAÑÍA	CIIU CODIGO N6	TAMAÑO DE EMPRESA
MONTERREY AZUCARERA LOJANA C.A. MALCA	ANÓNIMA	C1072.02	Grande
INDUSTRIA LOJANA DE ESPECERIAS ILE C.A.	ANÓNIMA	C1079.31	Grande
FRANKSUR INDUSTRIAL AVICOLA CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	C1080.01	Mediana
ECOLAC CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	C1050.01	Mediana
ICE PRODUCTOS DEL SUR ICEPRODUT CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	C1075.01	Mediana
CAMAL FRIGORIFICO LOJA SA CAFRILOSA	ANÓNIMA	C1010.22	Mediana
LA SUREÑITA S.A.	ANÓNIMA	C1079.13	Pequeña
DELAROMA S. A.	ANÓNIMA	C1079.11	Pequeña
INAPESA S.A.	ANÓNIMA	C1010.22	Pequeña
ECUAPASTA S. A.	ANÓNIMA	C1030.11	Micro
LOJALAC CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	C1050.01	Micro

Fuente: SUPERCÍAS (2018)

Elaboración: el autor

### 3.5. Técnicas e instrumento de recolección de datos.

El instrumento que se utilizó es la encuesta, que consiste en un inventario de preguntas en la cual el encuestador busca el llenado correcto del cuestionario garantizando de manera directa que la información brindada sea obtenida con la mayor calidad, así mismo ofrecer un diseño y una redacción comprensibles para el encuestado.

La encuesta fue dirigida a un alto directivo de la empresa con un profundo conocimiento del personal o con el responsable del área de recursos humanos, con la finalidad de que aporte la

información más veraz, oportuna y de relevancia para la elaboración de propuestas, análisis o sugerencias del sector.

Para la obtención de fuentes de información de las empresas, los datos relevantes se obtuvieron de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros del Ecuador (SUPERCIAS), así como del sistema integrado de consultas (REDATAM) del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador, a través de las cuales se obtiene la población objeto de estudio.

### **3.6. Técnicas de procesamiento de análisis de datos.**

#### **3.6.1. Diseño de la encuesta.**

La encuesta estuvo conformada por 5 bloques, la misma que fue aplicado a uno los directivos de las empresas. El CEO encargado de contestar las preguntas será la persona que conozca a detalle su recurso humano, pudiendo ser uno de ellos el director de recursos humanos.

#### **3.6.2. La escala de Likert.**



Para el cuestionario del presente estudio se utilizó la escala de Likert, la misma que lleva el nombre de su creador Rensis Likert, el mismo que se lo define de la siguiente manera.

“El escalamiento tipo Likert consisten en un conjunto de ítems en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide respuesta o reacción a un estímulo a los sujetos de la investigación. El sujeto externa su reacción eligiendo una de las puntuaciones que se hayan determinado de acuerdo con la escala utilizada (tres, cinco o siete), misma que tiene un valor asignado; el sujeto obtiene una puntuación total sumando las puntuaciones obtenidas en relación con todas las afirmaciones expuestas, se recomienda que las afirmaciones no excedan de 20 palabras” (Díaz y Miranda, 2014).

Para la investigación del capital intelectual se usó la escala de Likert descriptiva con cinco rangos los mismos que van desde el totalmente de acuerdo hasta el totalmente en desacuerdo.

En la tabla 11 se explica con detalle los rangos y los tipos de escala Likert que existen.

Tabla 11. Escala de Likert y su utilización en los instrumentos del capital intelectual.

Escala	N° de Rangos	Rangos						
Escala de Likert descriptiva	5	Totalmente de acuerdo				Siempre		
		De acuerdo				Casi siempre		
		Indiferente				A veces		
		En desacuerdo				Casi nunca		
		Totalmente en desacuerdo				Nunca		
Escala de Likert numérica	7	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Escala de Likert gráfica	3							

Fuente: Díaz y miranda (2014)  
Elaboración: el autor.

Tal como señala el concepto definido anteriormente se utilizó la escala de Likert descriptiva, debido a que es una escala psicométrica que pretende registrar un nivel de acuerdo o desacuerdo y porque en esta investigación se pretendió medir la importancia que le dan los ejecutivos de las empresas al capital intelectual dentro del sector de los alimentos.

### 3.6.3. Bloques del cuestionario.

La encuesta estuvo estructurada en cinco bloques que se describen a continuación:

En la primera sección o bloque se encuentran 14 preguntas de carácter general de las empresas. El bloque 2 está conformado por 11 preguntas referentes al capital humano, el tercer bloque está conformado por 10 preguntas referentes al capital estructural, el cuarto bloque consta de 8 preguntas referentes al capital relacional, estos tres últimos bloques fueron analizados de acuerdo a la escala de Likert.

#### Bloque 1: Datos generales.

Se clasificó en 14 preguntas generales que permitieron identificar los datos básicos de los entrevistados, para detectar las respuestas obtenidas y tabular de acuerdo a la procedencia de los entrevistados y analizar los estratos. El tipo de preguntas que se planteó en esta sección son tanto abiertas, cerradas y de opción múltiple, las cuales corresponden con preguntas relacionadas a:

- Datos generales de la empresa.
- El sector económico de la empresa.
- El número de empleados y su edad promedio.

- El género del director.
- El nivel de formación.
- Situación laboral.

## Bloque 2: Capital humano.

Constó de 11 preguntas con respuestas cerradas de opción de escala de Likert con la finalidad de determinar los valores que presentan distintos indicadores. Las preguntas se analizaron en promedio de forma individual y en forma total con respecto al bloque 2, la estructura de las preguntas se presenta en la tabla 12.

Tabla 12. Indicadores del capital humano

Elemento	N° Pregunta	Indicadores	Tipo pregunta de
Capital Humano	2.1	Promedio de los empleados que tienen un fuerte compromiso hacia la empresa	Cerrada de escala de Likert
	2.2	Promedio de empleados que realizan sus tareas con calidad, de manera ágil y respetando los plazos establecidos	
	2.3	Promedio de empresas que reconoce los esfuerzos y las mejoras alcanzadas por el personal	
	2.4	Promedio de empleados que presentan una actitud positiva hacia los cambios	
	2.5	Promedio de empresa que se preocupa por la formación continua de los empleados.	
	2.6	Promedio de empleados que poseen un alto grado de iniciativa y siempre están haciendo sugerencias y aportes para la mejora organizativa.	
	2.7	Promedio de empleados que se encuentran satisfechos con las funciones de sus responsables directos.	
	2.8	Promedio de personas que se adaptan fácilmente a las distintas exigencias que se les plantea.	
	2.9	Promedio de personal que posee los conocimientos y la calificación necesaria para realizar su trabajo con eficiencia y eficacia	
	2.10	Promedio personal creativo.	
	2.11	Promedio de una baja tasa de rotación de personal valioso.	

Fuente: El autor

## Bloque 3: Capital estructural.

El bloque tres estuvo conformado por dos elementos como son: el capital organizativo que consta de 6 preguntas y el capital tecnológico conformada por 4 preguntas. Estas preguntas se analizaron en promedio ponderados y el tipo de pregunta son cerradas con la escala de Likert, las mismas que se expresan en la tabla 13.

Tabla 13. Indicadores del capital humano

Elemento	Nº Pregunta	Indicador	Tipo de pregunta
Capital organizativo	3.1	Promedio de empresas que actúa sobre la base de un plan estratégico actualizado y revisado periódicamente.	Cerrada de escala de Likert
	3.2	Promedio de departamentos (áreas) de la empresa están perfectamente coordinadas, en aras de asegurar la satisfacción del cliente.	
	3.3	Promedio de personas que saben qué está sucediendo en la organización y por qué.	
	3.4	Promedio de personas que falla en el proceso de crear algo nuevo y la dirección lo incentiva para que continúe probando.	
	3.5	Promedio de empresas que promueven un clima de apertura, consideración y confianza en el que los empleados pueden expresar libremente sus sentimientos y problemas	
	3.6	Promedio de empresas que tiene normas escritas, prácticas operativas y procedimientos que ayudan a ejecutar las tareas rutinarias en los diversos puestos de trabajo de la empresa.	
Elemento	Nº Pregunta	Indicador	Tipo de pregunta
Capital tecnológico	3.7	Promedio de empresas que tiene documentado y sistematizada toda la información referente a los clientes, de manera que el conocimiento sobre ellos perdure, aunque personal clave abandone la empresa.	Cerrada de escala de Likert
	3.8	Promedio de empresas que utiliza ampliamente los sistemas informáticos para obtener, almacenar, documentar y procesar información de sus procesos.	
	3.9	Promedio de empresas que dispone del mejor hardware y software para el desarrollo de su negocio.	
	3.10	Promedio de empresas que usa patentes y licencias como forma de proteger el conocimiento.	

Fuente: El autor

#### **Bloque 4 capital relacional.**

Consta de 8 preguntas que se distribuyeron en dos elementos, el primero de ellos tiene que ver con 6 preguntas sobre el capital negocio, y, las segundas relacionadas con el capital social, al igual que los bloques anteriores las preguntas se promediaran de forma individual y de forma total de acuerdo a la estructura general del capital en cuestiona a analizar. A continuación en la tabla 14 se presentan las variables y el tipo de preguntas de este bloque.

Tabla 14. Indicadores del capital relacional

elemento	Nª pregunta	Indicadores	Tipo de pregunta
Capital negocio	4.1	Promedio de empresas que llevan a cabo acciones estratégicas enfocadas en retener y ofrecer valor añadido a nuestros clientes	Cerrada de escala de Likert
	4.2	Promedio de empresas que mantiene relaciones muy estrechas con nuestros clientes	
	4.3	Promedio de empresas que mantiene relaciones a largo plazo con los proveedores.	
	4.4	Promedio de empresas que sigue de cerca las acciones que llevan a cabo sus competidores	
	4.5	Promedio de acuerdos de cooperación con otras empresas del sector para desarrollar proyectos conjuntos.	
	4.6	Promedio de empresas que se relaciona con universidades, institutos o centros de innovación, con el fin de obtener conocimiento clave para el futuro del negocio.	
elemento	Nª pregunta	indicador	Tipo de pregunta
Capital social	4.7	Promedio de empresas que tiene estrategias para conocer las necesidades de la comunidad y desarrolla proyectos destinados a mejorar la calidad de vida de la comunidad.	Cerrada de escala de Likert
	4.8	Promedio de empresa que tienen la imagen de ser socialmente responsable	

Fuente: El autor

## Bloque 5: Innovación.

El último bloque del cuestionario trató sobre la innovación que se producen en las empresas de estudio y el tipo de preguntas son cerradas de opción múltiple, las cuales constan de 7 preguntas y se analizaron en gráficos de barras de forma individual, en la tabla 15 se indica la estructura de este bloque.

Tabla 15. Indicadores de la innovación

elemento	Nª pregunta	indicador	Tipo de pregunta
Innovación	5.1	% de empresas que introdujo en los últimos 5 años productos (bienes o servicios) o procesos nuevos	Cerrada, opción múltiple
	5.2	Factores que obstaculizaron o impidieron a su empresa innovar o realizar actividades de innovación.	
	5.3	Tipo de innovación se introdujo en su empresa	
	5.4	Responsable que desarrolló la innovación en productos (bienes o servicios) o procesos.	
	5.5	Actividades de innovación ha realizado específicamente la empresa.	
	5.6	Financiamiento externo para llevar a cabo las actividades de innovación.	
	5.7	Entidad y/o institución de quien recibió el apoyo	

Fuente: El autor

**CAPITULO IV**  
**ANÁLISIS DE RESULTADOS**

## 4.1. Introducción.

Para el análisis de resultados del total de la población encuestada se obtuvo un total de 9 empresas que respondieron, de las cuales 2 de ellas contestaron por vía email y el restante por entrevista directa.

Para el análisis de la industria manufacturera se ha desagregado al sexto dígito CIIU perteneciente al subsector de los alimentos como tema principal de investigación, por tanto, este capítulo analiza los datos generales de la población elegida como son los empleados, años de funcionamiento, de la empresa el género del director y datos relevantes al nivel de estudios que poseen.

Para los análisis de los bloques del capital humano, relacional y estructural se lo hace en base a los indicadores anteriormente presentados los mismos que son promediados en función de los resultados obtenidos con la escala de Likert. Así mismo, el estudio de la innovación se lo realiza de forma individual de acuerdo con cada indicador que estudia si la empresa o grupo de empresas ha realizado o no innovación, en qué actividades dentro de su industria lo ha hecho y si ha habido algún incentivo interno o externo que ha promovido para que la empresa invierta en innovación.

## 4.2. Bloque 1: Datos generales.

### Tamaño de la empresa.

El tamaño de una empresa es una variable esencial para poder conocer el poder que tiene este sector frente a terceros y para ello hemos tomado como referencia las ventas y el número de empleados.

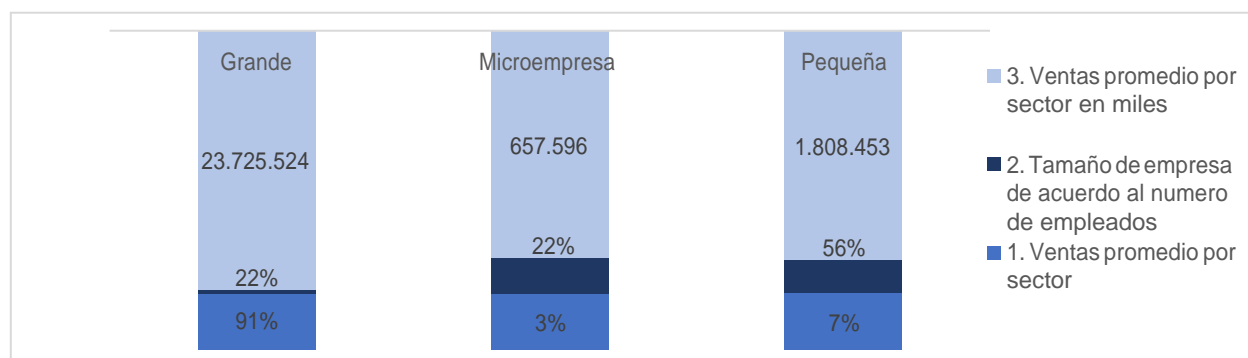


Gráfico 9: Tamaño de las empresas en estudio de acuerdo a su volumen de ventas del 2017

Fuente: SUPERCAS

Elaboración: El autor

En el primer caso según datos de la SUPERCIAS, el sector de investigación está conformado por empresas grandes con ventas promedio de USD 23725524 millones lo representa el 91% de ventas pero si se clasifica al sector por el número de empleados este representa el 22% del total analizado; las empresas micro empresas tienen un promedio de ventas anuales de USD 657.596 mil conformando el 3% de este sector que de acuerdo al número de empleados representa también el 22%; mientras que, la pequeña empresa posee un promedio de ventas de USD 1.808.453 millones de ventas generando un aporte al sector de la alimentación de un 7% en ingresos que si se clasifica de acuerdo al número de empleado esta representa el 56% de empresas encuestadas.

Las empresas analizadas tanto las grandes como las microempresas representan el 22% cada una y la pequeña empresa representa el 56% del sector de análisis.

**Edad y género de empleados**

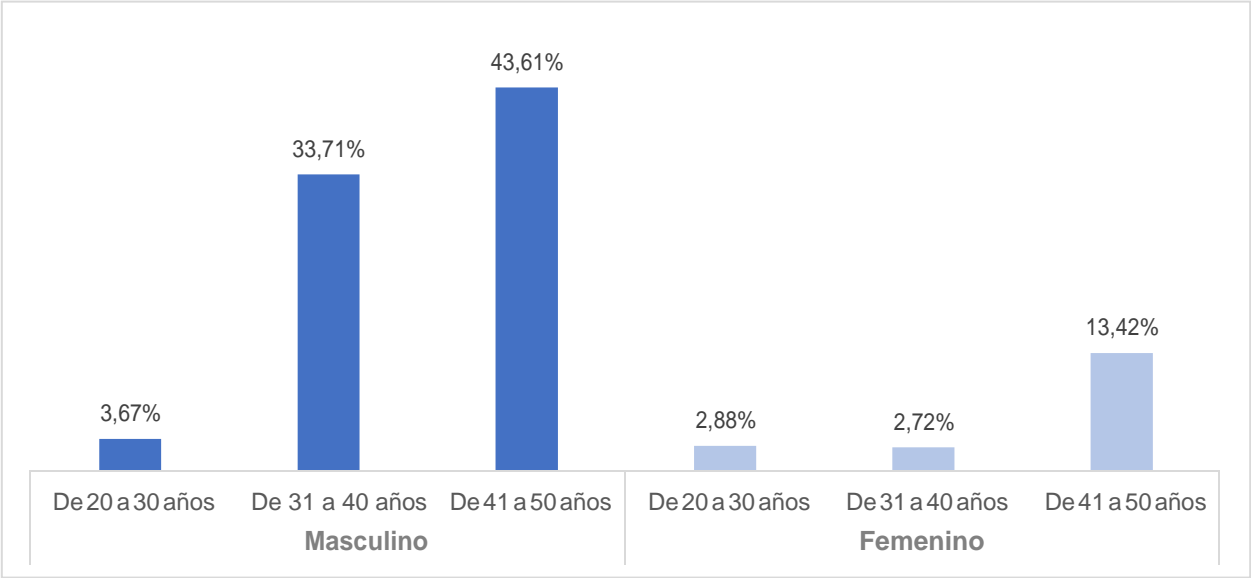


Gráfico 10: Ocupación de trabajadores por rango de edad de hombres y mujeres del total general de empleados  
 Fuente: Encuesta  
 Elaboración: El autor

En el presente estudio cabe destacar otro de los factores importantes como es la edad y en forma general esta industria cuenta con 626 empleados, la cual si se estructura de acuerdo a su rango de edad. Los hombres se destacan con una mayor ocupación entre los rangos de 41 a 50 años con un 43.61% mientras que las mujeres están con el 13.42%; de 31 a 40 años la industria posee un 33.71% de hombres y un 2.72% de mujeres; y, de a 20 a 30 años los hombres poseen un 3.67% y las mujeres un 2.88%.

Además, la parte más importante que destaca el gráfico 6 es que la mayor parte de trabajadores son hombres con una tasa del 81% mientras que la mujer ocupa el 19% restante.

Por lo tanto, la industria apuesta por personal adulto teniendo en cuenta que la gran mayoría de ellos se encuentra entre los rangos de los 41 y 50 años, esto le permite por una parte que goce de personas con amplia experiencia laboral, además de tener menor rotación de personal joven y por ende un mayor compromiso y responsabilidad hacia su empresa.

### **Control empresarial.**

En la industria el 66.67% se caracteriza por ser empresas familiares; por lo tanto, existe un control mayoritario, mientras que el 33.33% de los encuestados indica que no tienen control sobre la misma.



Gráfico 11: El control mayoritario de la empresa es familiar.

Fuente: Encuesta

Elaboración: El autor

### **Empleados socios de la organización.**

Una parte importante en el análisis del capital intelectual es el sentimiento de pertenencia que tengan los empleados dentro de la organización y una de esas variables viene dado por el porcentaje de empleados que son socios de la misma.

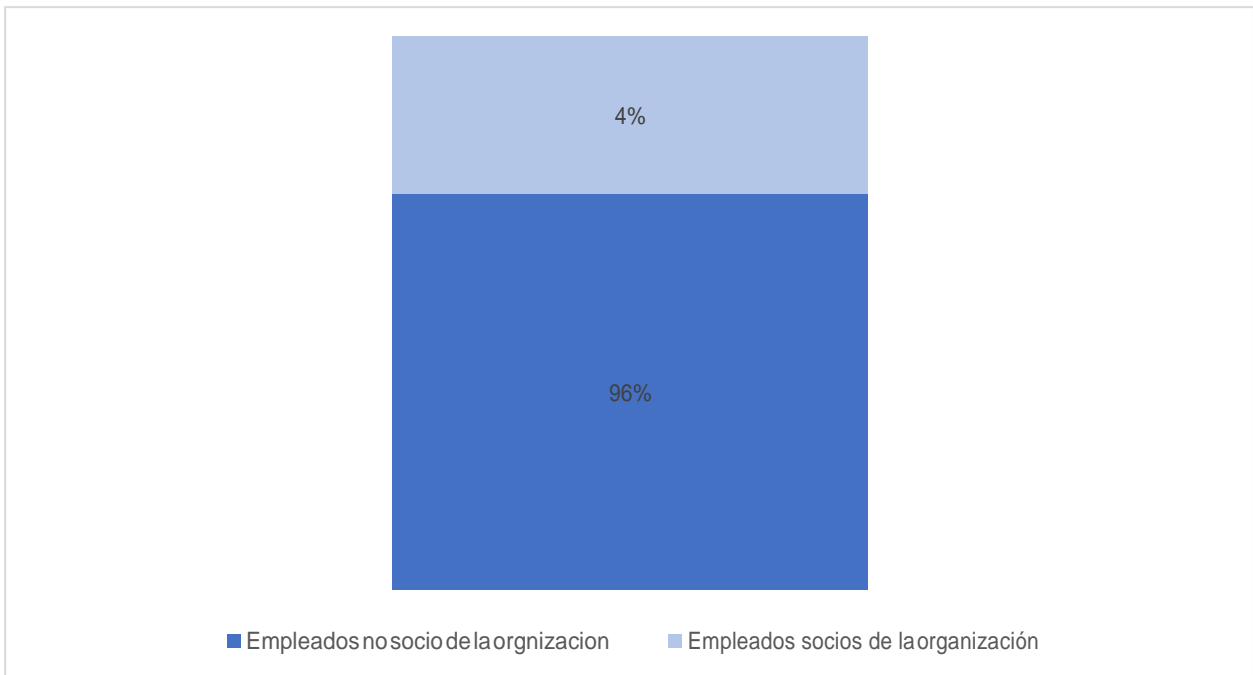


Gráfico 12: Porcentaje de empleados que son socios de la organización

Fuente: Encuesta

Elaboración: El autor

En la industria de la alimentación apenas el 4% de ellos son socios de la organización mientras el restante 96% de ellos no lo son.

Debido a que el control mayoritario tal y como se expuso anteriormente está dado por el ámbito familiar y que apenas el 4% de empleados sean socios de la organización indica que existe la posibilidad de que los socios pueden ser del mismo ámbito familiar.

Que exista poco empleados que sean socios de la organización no implica necesariamente un bajo sentido de pertenencia hacia la organización, pero si es una pauta a tener en cuenta dado que el control mayoritario de las empresas es de ámbito familiar tal y como se muestra en la gráfica 8, en donde se indica que el apenas el 33.33% (25 empleados) no lo son, es decir que el 66.67% (601 empleados) son controladas por la familia en su totalidad.

Esto implica una pauta importante de el por qué existe poca cantidad de empleados que son socios de las empresas en estudio, y es que en la gran mayoría de las empresas familiares no permiten el ingreso de personas no afines lo que les permite no perder el control.

## Antigüedad de las empresas.

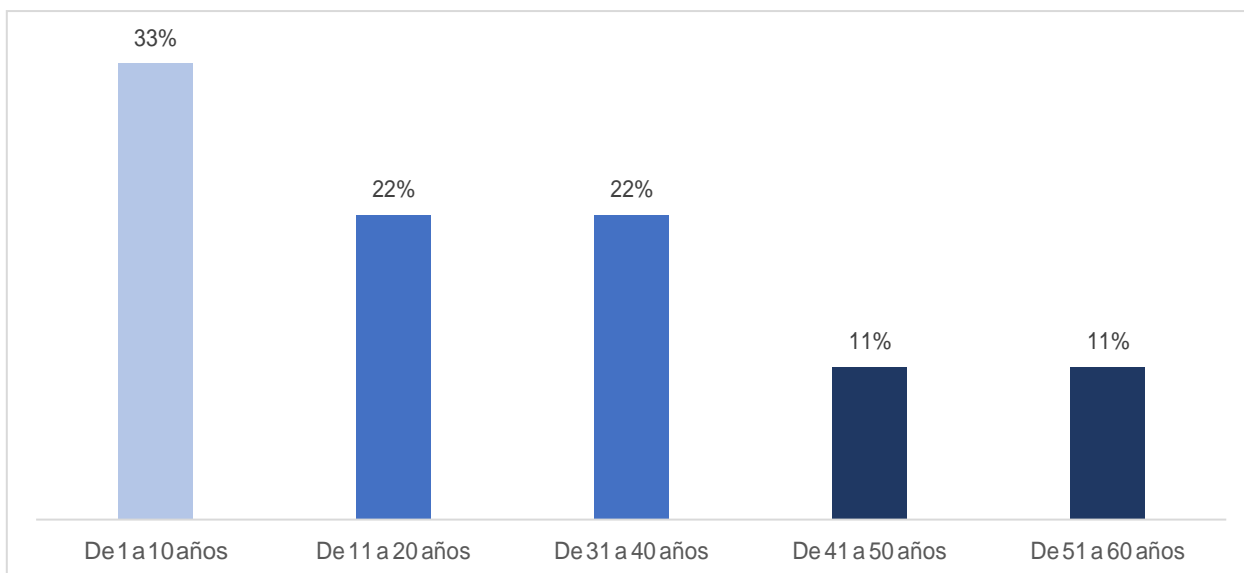


Gráfico 13: antigüedad de la empresa clasificado por rangos de 10 años

Fuente: Encuesta

Elaboración: El autor

Las empresas de estudio dentro del sector de la alimentación ya llevan en el mercado un promedio total de 25 años, pero si desglosa de acuerdo al rango de edad se evidencia que el 33% de estas empresas aún son jóvenes y se encuentran en un rango de 1 a 10 años de existencia; en los rangos entre 11 a 20 años y de 31 a 40 años poseen el 22% cada uno seguido de los rangos de 41 a 50 años y de 51 a 60 años con el 11% restante.

El sector posee un gran número de empresas que se podrían catalogar como solidas debido a que el 66% de ellas poseen más de 10 años en el sector lo que les aporta la experiencia necesaria para analizar los primeros indicios de crisis y aprovechar el valor del mismo y hacer los ajustes necesarios a sus planes estratégicos; Es decir, en estas empresas el aprendizaje puede ser aprovechado como una ventaja competitiva.

## Formación académica del gerente

El aprendizaje de las empresas no solo se refleja por los años que llevan en el mercado sino también por la formación académica que traen consigo su personal, en la gráfica 14 se puede observar que de las 9 empresas analizadas los directores o gerentes poseen un nivel variado en los cargos directivos y es así que el 67% poseen estudios universitarios, el 22% estudios universitarios de postgrado y el 11% de ellos poseen estudios de bachillerato o técnico.

Esto resalta la importancia de la formación académica dentro del ámbito empresarial para sus directivos, los cuales son los encargados de canalizar el capital intelectual y sus intangibles en valores que agreguen un plus a las operaciones de las empresas.

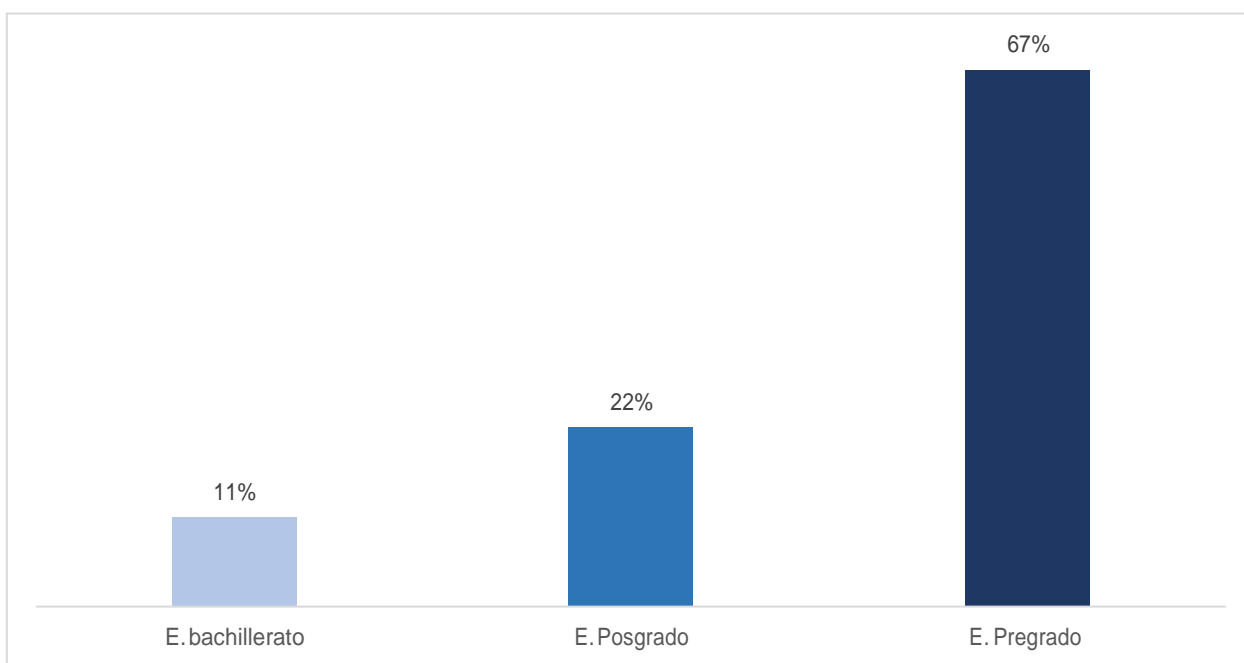


Gráfico 14: Porcentaje de formación académica del director o gerente.

Fuente: Encuesta

Elaboración: El autor

### **Formación académica de los empleados.**

Para la existencia de una buena canalización de aporte de capital intelectual hacia la empresa debe también de existir la responsabilidad intelectual del resto de personal y una parte importante de ese conocimiento debe de llegar de todas las líneas de la organización; es así que, de las empresas en estudio el 56% de ellas emplean personal cualificado con título universitario entre los rangos del 60 y 80%; Los rangos entre el 20% y 40% y entre el 40% y 60% de formación académica de los empleados poseen una tasa de un 11% de aprendizaje cada una de ellas, mientras que el restante 22% poseen el rango de menos del 20% de preparación académica por parte de los empleados tal y como se muestra en el gráfico 15.

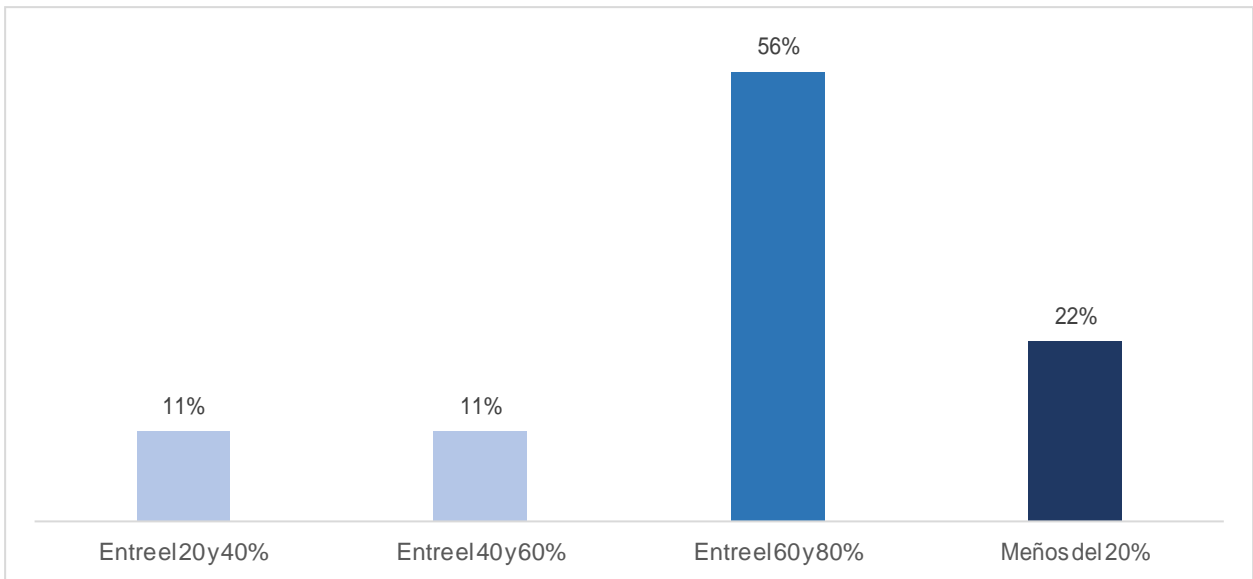


Gráfico 15: Porcentaje de formación del personal

Fuente: Encuesta

Elaboración: El autor

Esto indica que las empresas si le dan cierto grado de importancia a la formación académica que posee su personal debido a que la gran mayoría de ellas con un 40% y 80% poseen personal con formación universitaria, pero a pesar de ello sería importante realizar un análisis profundo del personal para saber hasta que escala organizativa ocupan los puestos universitarios.

En el gráfico 16 al realizar un análisis por género sobre el nivel de formación del director de la empresa se puede visualizar que en el hombre su nivel de estudios son más variados, es así que, de las 9 empresas encuestadas el 44% hombres poseen estudios universitarios de pregrado, el 22% de directores poseen postgrado y el 11% posee bachillerato; mientras que en la mujer el 22% de ellas poseen estudios universitarios de pregrado. También podemos destacar que en este sector existen un 78% de Hombres que ocupan cargos directivos frente a las mujeres que ocupan un 22% de estos puestos.

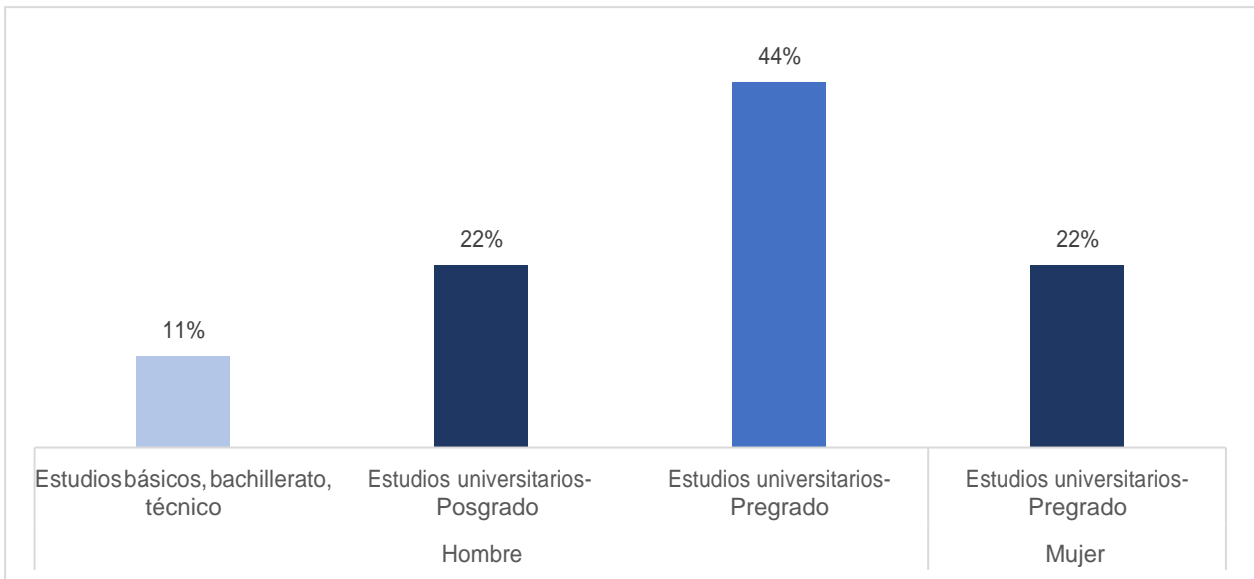


Gráfico 16: Porcentaje de formación académica del director o gerente por género.

Fuente: Encuesta

Elaboración: El autor

#### 4.3. Bloque II: Capital humano.

En el capítulo 1 se destaca la importancia que posee el estudio de cada una de las estructuras del capital intelectual y cuán necesario es para las empresas que este sea manejado acorde a sus objetivos y estrategias a futuro para la obtención de una ventaja competitiva dentro de su industria, es por ello que, aquí se analizara cada una de las preguntas que se realizaron a los directivos para conocer de primera mano cómo se encuentran estas empresas con respecto al capital humano.

Para el análisis de las pregunta 2.1 a 2.11 del capital humano se procede a promediar cada una de las preguntas con la totalidad de las industrias para lo cual se ha obtenido que el sector de la alimentación los empleados perciben buen compromiso hacia la empresa, hacen sus tareas con calidad y agilidad, se adaptan a las distintas exigencias, son creativos y también por parte de la dirección son reconocidos sus esfuerzos y se preocupan por la formación continua de los mismos además de tener una baja tasa de rotación de personal valioso.

Un dato importante cabe destacar con el compromiso que tienen los empleados hacia la empresa y que corresponde a la primera pregunta que se realizó en el capital humano del cual se obtiene que en la industria de los alimentos el 30% de las empresas sostiene que el compromiso que tiene los empleados hacia la empresa es indiferente; otro 30% están totalmente de acuerdo; un 10% en desacuerdo y un 20% de ellas están de acuerdo y por tanto sus empleados si tiene algo

de compromiso con la empresa que en la escalad Likert este apenas el 10% de sus empleados en estar de acuerdo con el compromisos que tiene hacia la empresa.

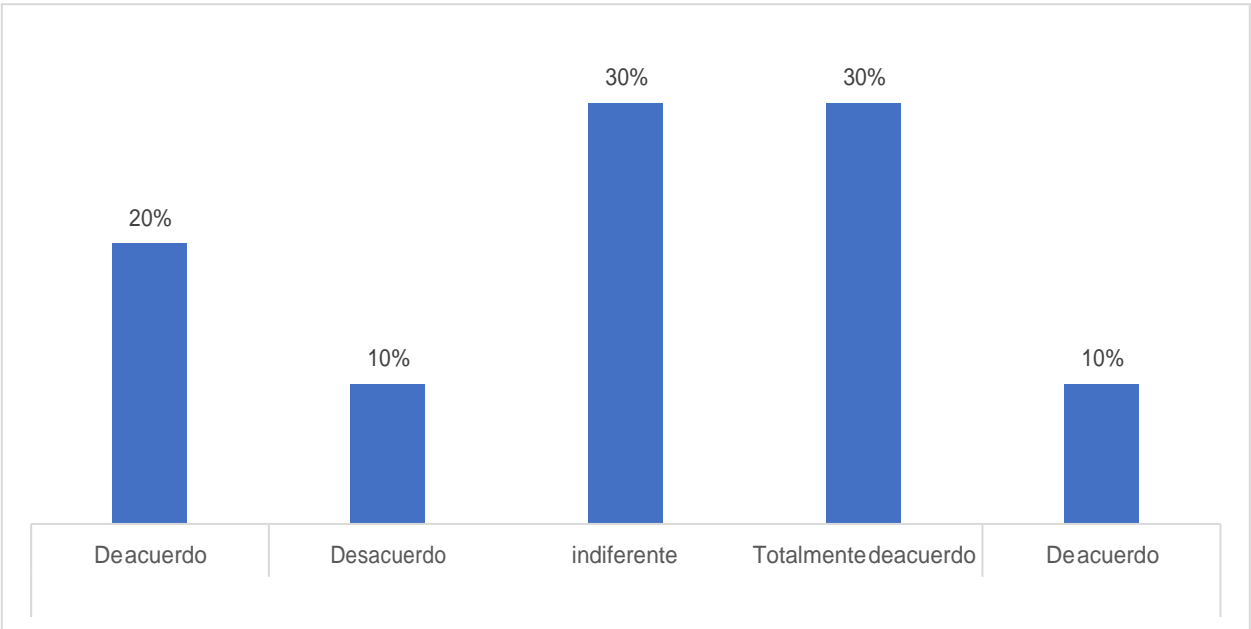


Gráfico 17: Compromiso de los empleados hacia la empresa  
Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

Sin embargo, en la pregunta 2.4 ¿el personal presenta una actitud positiva hacia los cambios? Se ha obtenido una calificación según la escala de Likert de 3, lo que significa que le es indiferente presentar una actitud positiva o las empresas son indiferentes a los cambios, con lo cual los directivos tienen que trabajar en motivarlos y exponerle los puntos positivos que pueden conllevar los mismos tanto para el personal como para el futuro de la empresa. Así mismo en el promedio total se observa que el personal tiene cierta predisposición y está de acuerdo en aportar las competencias, su actitud y agilidad intelectual en favor de la empresa. En el grafico 18 de presentan las preguntas promediadas según la escala de Likert del capital humano.

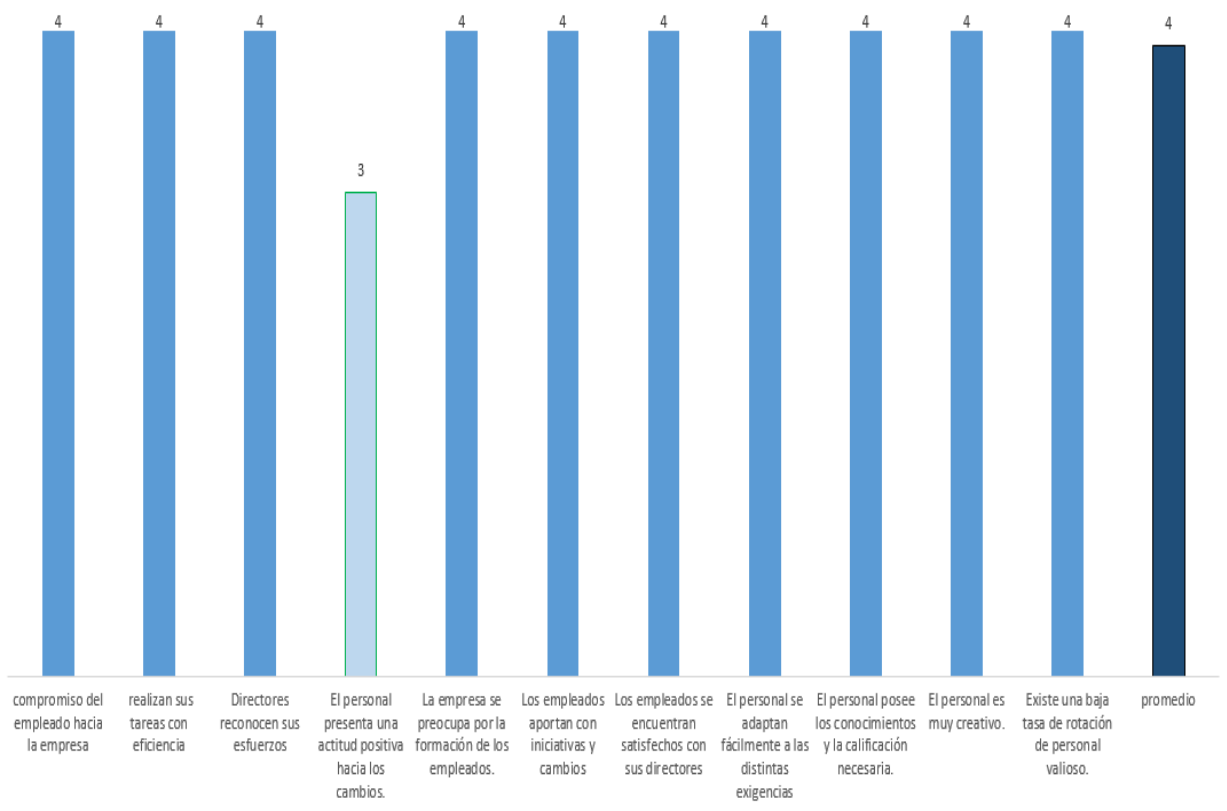


Gráfico 18: Promedio por pregunta del capital humano

Fuente: Encuesta

Elaboración: El autor

#### 4.4. Bloque III: Capital estructural.

Para el estudio del capital estructural la investigación ha sido promediada y cada una de sus preguntas se analiza de forma general, así mismo se toma en cuenta el capital organizativo y tecnológico en un solo conjunto

Teniendo en cuenta la escala de Likert donde el 3 equivale a indiferente y 4 a de acuerdo, en la gráfica 19, están de acuerdo en que las actividades de los distintos departamentos se encuentran coordinadas en mantener una buena satisfacción al cliente, la dirección incentiva a su personal a la creación de algo nuevo, se promueve un clima de apertura, consideración y confianza, además de que la empresa tiene normas y practicas operativas de procedimientos para ejecutar las tareas, utiliza ampliamente los sistemas informáticos donde almacena y procesa información, dispone de hardware y software para el desarrollo del negocio y como punto final la empresa utiliza patentes y licencias como forma de proteger el conocimiento que haya adquirido.

Existe dos preguntas que se promedian como indiferente repasado por un valor de 3 en la cual las empresas actúen sobre la base de un plan estratégico actualizado y revisado; además, que todas las personas que trabajan en la empresa saben que está sucediendo en la misma.

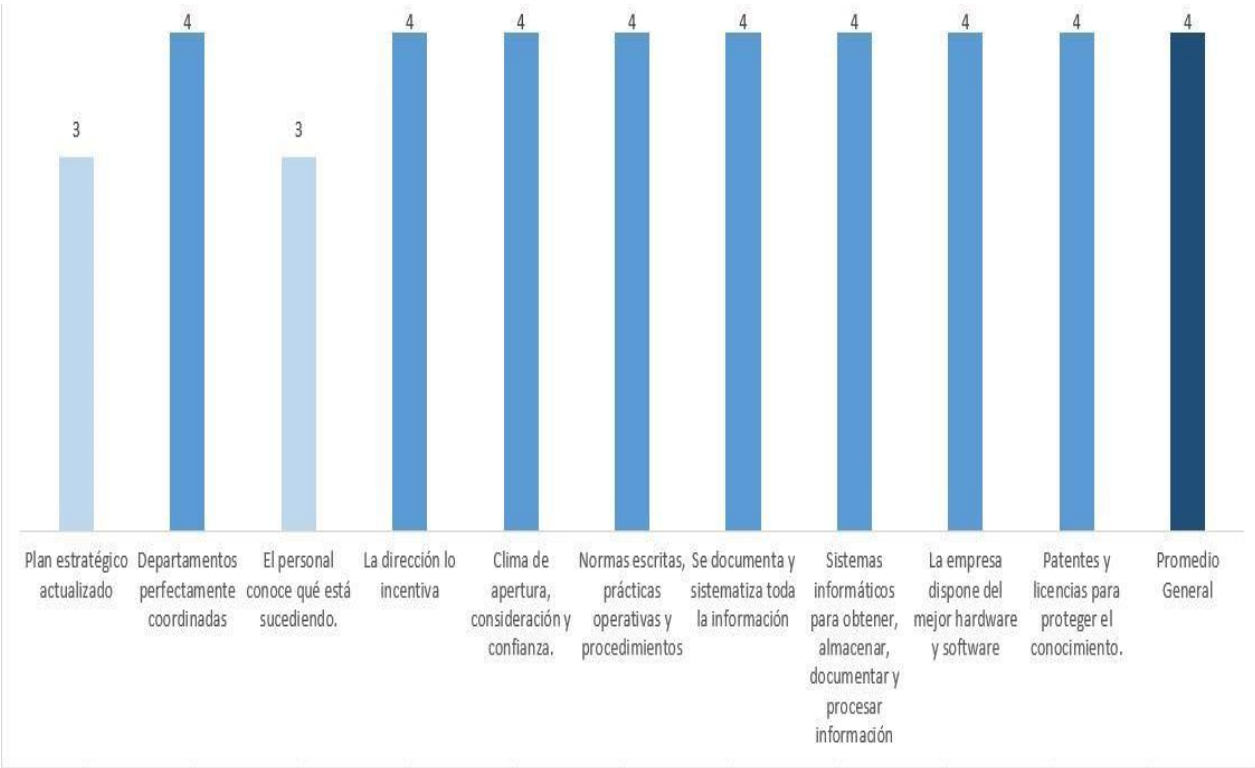


Gráfico 19: Promedio por pregunta del capital estructural

Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

Es necesario recalcar que las empresas tienen que mejorar sus planes estratégicos para que su personal sepa que sucede en la misma con miras al futuro, además estas dos preguntas se coordinan en un conjunto lógico debido a que les sea indiferente lo que suceda en la organización si no saben con claridad lo que tienen que hacer para el correcto camino con miras al futuro.

El promedio del capital estructural se encuentra en 4 en la escala de Likert lo que significa que están en de acuerdo, con lo cual el conocimiento permanece en estas empresas a pesar de que en el futuro los empleados puedan abandonarla dado que las rutinas organizativas, los procesos, base de datos entre otros permanecen dentro de la misma a pesar de que los objetivos y estrategias no estén claros, lo que es necesario que los directivos tengan la tarea de mejorar estos puntos tan importantes para que la organización lleve un rumbo adecuado.

#### 4.5. Bloque IV: Capital relacional.

Al analizar el capital relacional en un sentido estrictamente descriptivo se observa que las empresa están en de acuerdo, es decir, con un promedio general de 4 en la escala de Likert; Por lo tanto, las empresas llevan a cabo acciones estratégicas enfocadas en retener, ofrecer y mantener relaciones estrechas con sus clientes, mantener relaciones con sus proveedores a largo plazo y tener una imagen corporativa de ser una empresa responsable con su entorno.

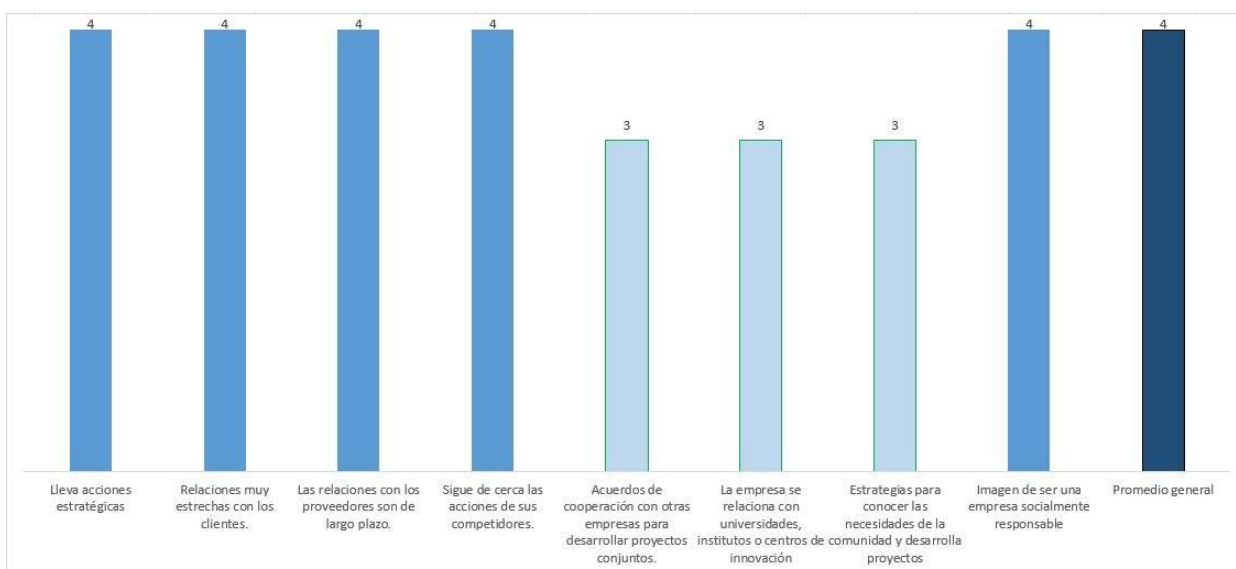


Gráfico 20: Promedio por pregunta del capital relacional

Fuente: Encuesta

Elaboración: El autor

Una parte importante que cabe destacar dentro del capital relacional es que a sus directivos les es indiferente los acuerdos de cooperación con otras empresas, así como de las relaciones con centros de innovación y universidades, como de seguir de cerca las acciones que tienen sus competidores y de tener estrategias para conocer las necesidades de la comunidad.

Es necesario que las empresas manejen estos últimos puntos con cautela sobre todo con los centros de innovación y universidades debido a que estos convenios les pueden proporcionar nuevas ideas de innovación que aporten a la mejora de la empresa, además de conocer el entorno le puede permitir anticiparse a las necesidades que tiene su comunidad además de que esto le ayuda a mejorar su imagen corporativa.

#### 4.6. Bloque V: Innovación.

##### Productos o procesos

El 88.89% de las empresas introdujo productos o procesos nuevos, a pesar de ello el 11.11% de las empresas que no lo hizo lo asoció a factores de costo como la principal barrera a la que se enfrentó la industria de los alimentos.

Es necesario que las empresas que han asociado el costo como barrera tienen que tener en cuenta que esta constituye el núcleo de los negocios actuales además de ser capaz de generar propuestas de valor y de reinventar los modelos de negocios tradicionales.

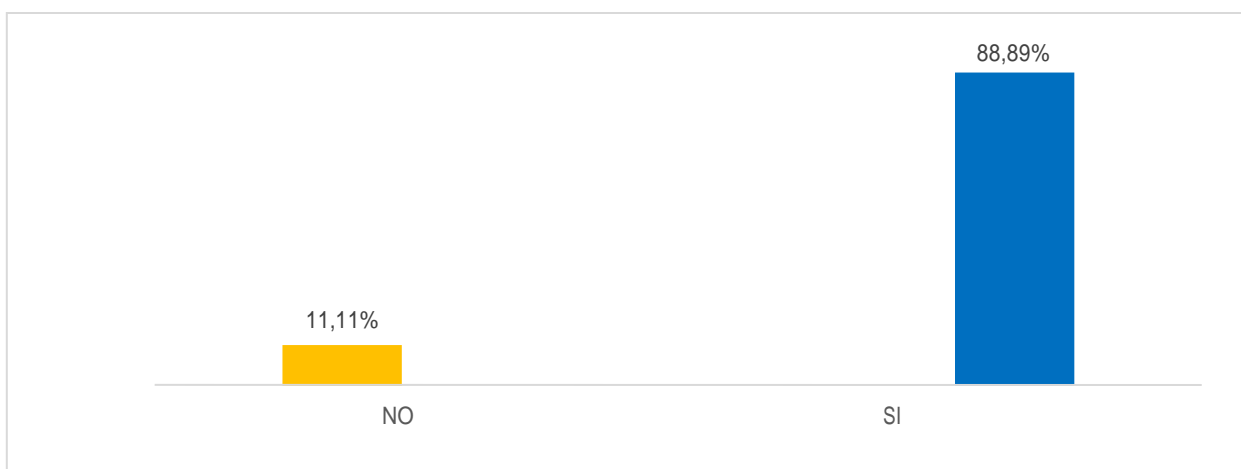


Gráfico 21: Introducción de productos o procesos nuevos

Fuente: Encuesta

Elaboración: El autor

##### Tipo de innovación

Un dato importante es que de las empresas que han decidido introducir productos o procesos nuevos el 66.67% lo ha hecho en bienes nuevos o mejorados, mientras que el 11.11% lo ha hecho en procesos nuevos o mejorados y servicios nuevos cada uno.

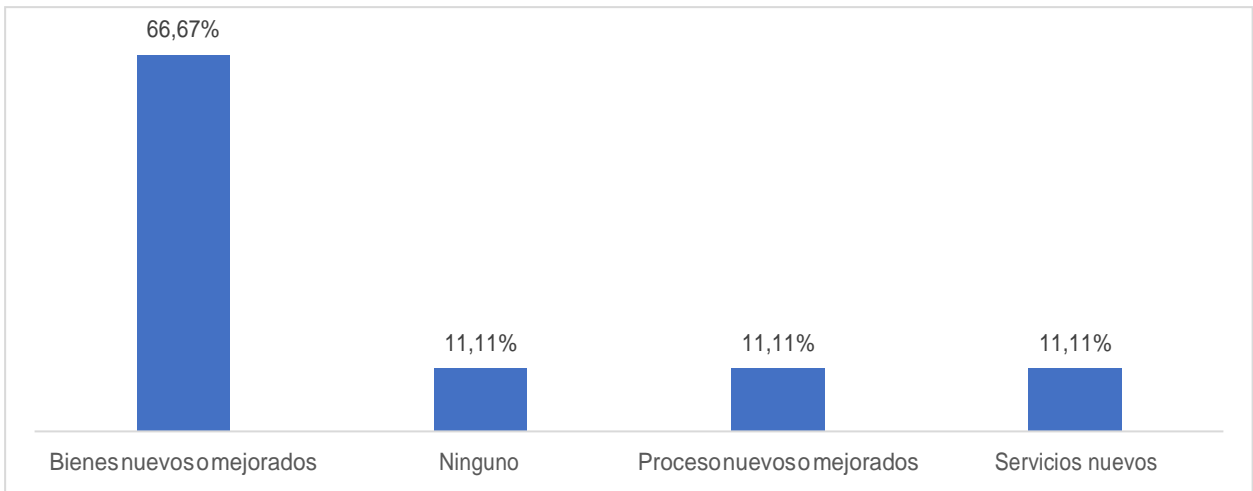


Gráfico 22: Tipo de innovación

Fuente: Encuesta

Elaboración: El autor

### Desarrollo de la innovación

El 88.89% de las empresas realizaron desarrollos de la innovación, de las cuales el 77.78% que realizó innovación lo hizo a través de su empresa o grupo de empresas, mientras que el 11.11% obtuvo la innovación de otras empresas o instituciones.

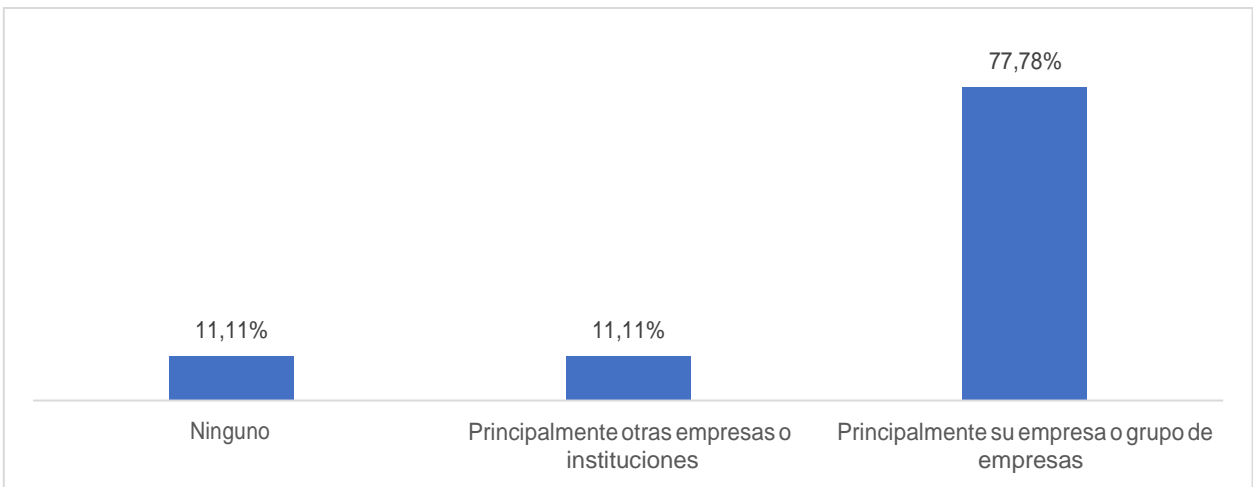


Gráfico 23: porcentaje de empresas que desarrollo la innovación

Fuente: Encuesta

Elaboración: El autor

### Entidades de apoyo para la innovación.

Durante los últimos 5 años las empresas que han realizado innovación un 22.22% han recibido el apoyo de entidades no gubernamentales al igual de que la banca privada, mientras que el

66.67% las empresas no han recibido apoyo externo para llevar a cabo las actividades de innovación tal y como se presenta en el gráfico 20 donde se expone el porcentaje de empresas que recibió algún incentivo o apoyo de financiamiento para llevar a cabo actividades de innovación.

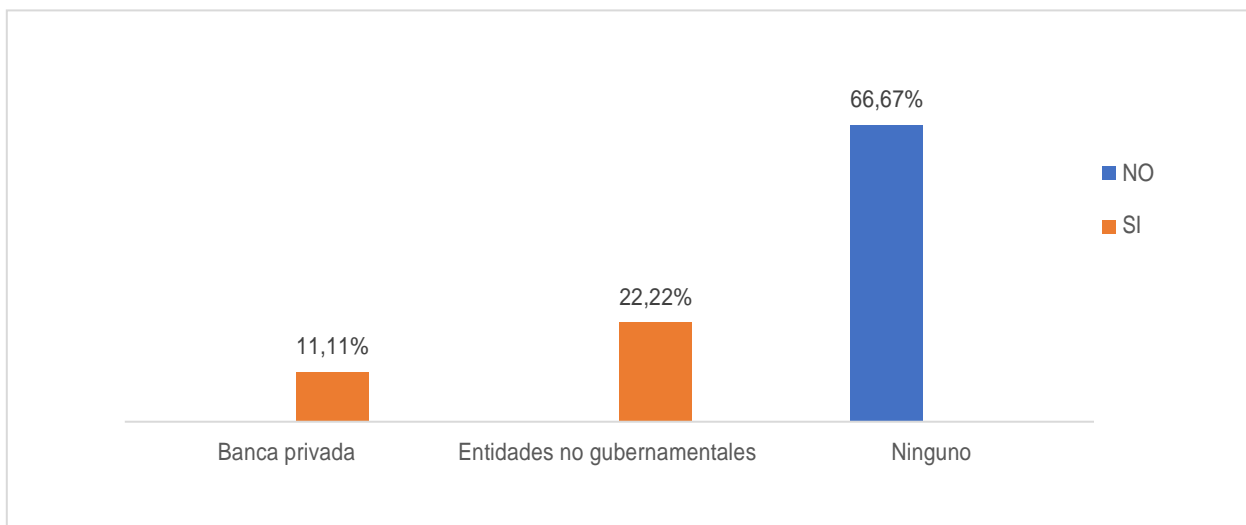


Gráfico 24: Entidades de apoyo para la industria y desarrollo de la innovación

Fuente: Encuesta

Elaboración: El autor

### Actividades de Innovación

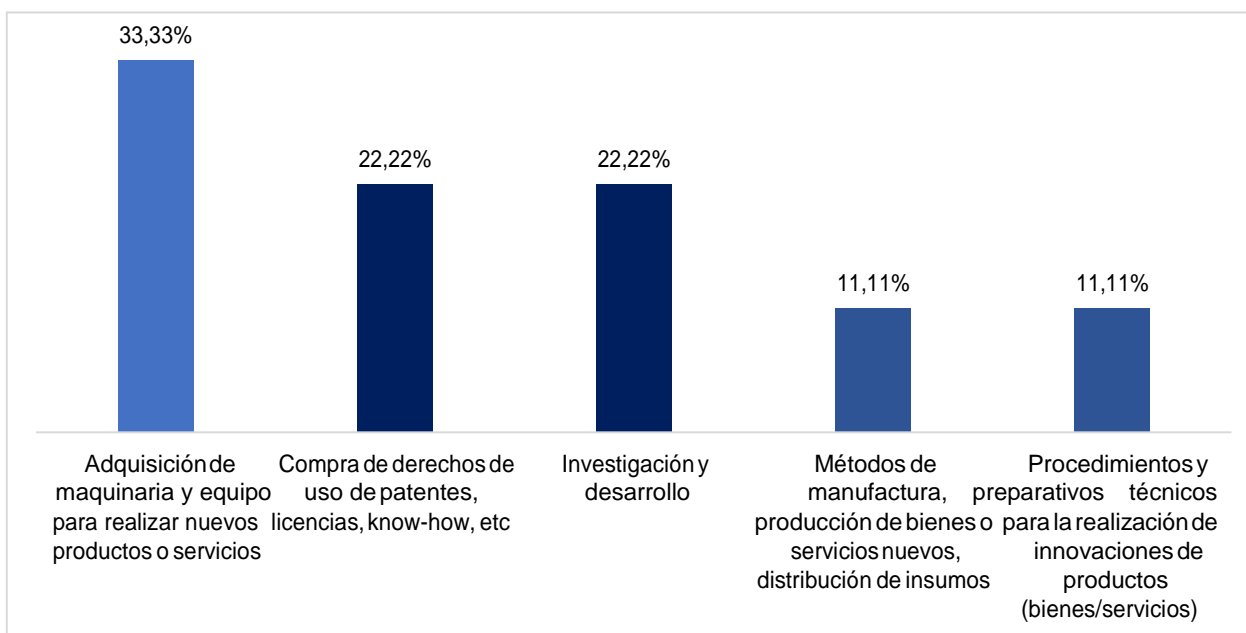


Gráfico 25: Actividades de innovación de las empresas de alimentación.

Fuente: Encuesta

Elaboración: El autor

Las empresas de alimentación de la ciudad de Loja han implementado en su gran mayoría innovación relacionada con la implementación de maquinaria con un 33.33%, seguido por la compra de derechos y patentes junto con la investigación y desarrollo con un 22.22% cada una; mientras que la implementación en métodos de manufactura y procedimientos y preparativos técnicos con un 11.11% respetivamente.

#### **4.7. Propuesta de mejora.**

##### **Capital humano**

El indicador que mayor efecto adverso presenta, tiene que ver con la actitud del personal hacia los cambios que se realizan en la organización por lo que los directivos deben de presentar una mayor atención para lo cual se propone lo siguiente:

- Examinar el entorno laboral para encontrar los posibles problemas que afecten al desempeño y la mala actitud de los empleados, posterior a ello buscar las posibles soluciones y trabajar en ello.
- Transmitir confianza, para lo cual se tiene que tomar en cuenta la opinión y sugerencias del personal cuando se plantee los objetivos que se pretende alcanzar y como ellos pueden ser parte de este cambio, así mismo, exponer los beneficios futuros que pueden alcanzar.
- Incentivar y motivar al personal, para lo cual se debe de describir el futuro de posibilidades y permitir que el capital humano busque caminos para tratar de alcanzarlos sin necesidad de que se sientan obligados. Vincular los objetivos empresariales con los personales, preocupándose por conocerlos y crear una buena relación.

Para que los cambios en el capital humano surtan efecto y las organizaciones vayan hacia un desarrollo sostenible, es necesario que los directivos de área de recursos humanos, como responsables directos se comprometan a implementar estas estrategias para que el personal se sienta que es parte de la empresa y les permita salir de su zona de confort sin muchas confrontaciones.

##### **Capital estructural.**

El personal de una empresa debe de conocer lo que sucede para que de esta manera se comprometa con está, para lo cual se plantea las siguientes estrategias.

- Instaurar programas de reconocimiento y otorgar premios, para ello se deben de plantear estrategias claras en las cuales estén explicadas las condiciones en las que se otorgan los premios
- Impulsar actitudes positivas, para lo cual se debe de promover reuniones kick off y otras reuniones anuales para utilizar técnicas de motivación, cuyo mensaje principal tenga como eje vidas ejemplares y como se han enfrentado a los problemas, de manera que esto les haga sentir más entusiasmado y optimistas acerca de su trabajo y el futuro de la empresa.

La responsabilidad primaria recae directamente en el CEO de la organización ya que este debe de permitir transmitir tanto los fallos como los aciertos organizacionales para que su director de recursos humanos pueda brindar este conocimiento a su personal y este puede aprender de ellos y así saber lo que sucede dentro de la organización. Pero la responsabilidad secundaria de instaurar e impulsar a su personal recae al director de recursos humanos de la empresa.

### **Capital relacional.**

Mantener acuerdos de cooperación con otras entidades para desarrollar proyectos en conjunto y alcanzar ventajas competitivas que les permitan un desarrollo sostenible para lo cual las empresas deben de:

- Establecer estrategias de diversificación relacionada, para lo cual los CEO 's debe de fijar objetivos que pretende alcanzar en función de la estructura organizativa, siendo necesario que encuentre empresas con una capacidad similar y formar acuerdos contractuales con el fin de obtener un ganar-ganar.
- Implementar estrategias de negociación entre empresas, estableciendo alianzas estratégicas es una buena opción ya que las empresas encuentran demasiado costoso desarrollar todas las capacidades que se necesita.

El gerente general de la empresa es el gestor encargado de implementar los objetivos generales y con ellos las estrategias necesarias para el cumplimiento de las mismas, por tanto este debe de encargarse de ejecutar las estrategias planteadas, con el fin de mejorar las relaciones interinstitucionales que beneficien a las partes involucradas.

### **Innovación.**

Las empresas de alimentación de la ciudad de Loja no recibieron en su mayoría ningún tipo de incentivo o apoyo de financiamiento externo con lo cual deben de establecer alianzas estratégicas

con otras empresas del mismo o de diferente sector, para reducir y compartir costes de investigación ya sea para la creación de nuevos productos o procesos.

Para que las empresas puedan canalizar parte de sus recursos a la I+D+ i es necesario un compromiso tanto del Gobierno central como de las empresas.

El Gobierno central a través de sus ministerios deberá de encargarse de colocar incentivos a la empresas que decidan canalizar sus inversiones en la I+D+i, este tipo de incentivos pueden ser fiscales, ya que es un instrumento muy útil para favorecer la inversión privada.

Por su parte las empresas deben de ser conscientes que fomentar la I+D+i constituye un objetivo prioritario para alcanzar nuevos nichos de mercado y alcanzar una competitividad sostenible.

## **CONCLUSIONES.**

En el capital humano se obtuvo un promedio de 4 en la escala de Likert por lo cual los gerentes deberán prestar una mayor atención por ser el componente más importante para las organizaciones, incentivándoles y motivándoles a los cambios que se presentan; sobre todo reconociendo su esfuerzo y creatividad hacia el desarrollo empresarial.

En el capital humano las empresas de la alimentación apuestan fuertemente por personal con experiencia y preparado académicamente lo que les permite tener cierta ventaja competitiva y evitar la pérdida de personal valioso los cuales obtuvieron un promedio de 4 en la escala de Likert, a pesar de que el personal sea reacio a los cambios (3 en la escala de Likert) lo cual puede ser mejorado con incentivos para que adopten una actitud positiva a la misma.

La falta de compromiso por parte de las empresas quedó en evidencia en el capital relacional, es decir, las compañías y su entorno, a pesar de que algunas preguntas alcanzaron un puesto intermedio (3 en la escala de Likert) principalmente en puntos en los que las empresas deberían de tener acuerdos de cooperación con otras instituciones y tener pleno conocimiento del medio en el que se desenvuelven.

En el capital estructural se evidenció la falta de compromiso por parte de la dirección que les es indiferente (3 en la escala de Likert) y por tanto queda como una falla organizativa que las empresas no actúen sobre la base de un plan estratégico actualizado.

La innovación en las empresas de la ciudad de Loja se quedó en su gran mayoría en la implementación de maquinaria con un 33% dejando atrás a la investigación y desarrollo como fuerte principal de la innovación con un 22%, a pesar de que la colocación de maquinaria es un factor crucial para las empresas manufactureras, ya que gracias a ella pueden mejorar muchos de sus procesos o tal vez la creación de un producto nuevo.

## **RECOMENDACIONES.**

El capital humano es uno de los activos más valiosos que poseen las empresas por lo tanto los directivos deben de prestar un mayor atención en ellos y la manera más adecuada de hacerlo es motivarlos e incentivarlos a ser parte de estos cambios organizacionales con propuestas y mejoras que beneficien a ambas partes.

En cuanto al capital relacional la gerencia tendrá que poner énfasis en las variables de bajo valor como son los acuerdos de cooperación con otras empresas, mantener relaciones con universidades, institutos o centros de innovación y establecer estrategias para conocer las necesidades de la comunidad, esto con la finalidad de aumentar su valor y sus relaciones con su entorno externo.

En lo referente al capital estructural las empresas deben de trabajar más en sus planes estratégicos debido a que este le va a permitir tomar una mejor decisión sobre el rumbo organizacional en miras al largo plazo, además de comprometer a sus empleados comunicando sus estrategias y objetivos y de esta manera comprometer al personal evitando así la incertidumbre.

Dentro de la innovación se recomienda a las empresas crear un departamento para i+D que se dedique exclusivamente a la investigación y desarrollo que les permite obtener una ventaja competitiva tanto a nivel local como nacional.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alegre, J. (2009). Assessing the impact of organizational learning capability on product innovation performance: an empirical test. (E. G. Limited, Ed.) *Development and Learning in Organizations: An International Journal*.
- Álvarez, R. (2015). Enfoque de innovación en las organizaciones. México: Centro de producción Editorial.
- Añez, C. y Nava, Y. (2009). Gestión del conocimiento del capital humano en las pequeñas empresas. Redalyc. Recuperado el 13 de Diciembre de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73711473011>
- Arango, M., Perez, G. y Gil, H. (2007). Propuesta de modelos de gestión de capital intelectual: una revisión. Antioqui, Medellín, Colombia. Obtenido de <https://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/cont/article/viewFile/2166/1760>
- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA). (2014). Competitividad del sector manufacturero en América Latina: tendencias y determinantes. Madrid. Obtenido de <http://www20.iadb.org/intal/catalogo/PE/2014/13484.pdf>
- Banco Central del Ecuador BCE. (2018). Ecuador confirma el dinamismo de su economía. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1080-ecuador-crecio-30-en-2017-y-confirma-el-dinamismo-de-su-economia>
- Bernardez, M. L. (2008). *Capital intelectual, Creación de valor en la sociedad del conocimiento*. Bloomington, Indiana: Global Business Press.
- Bolisani, E. y Bratianu, C. (2017). *Emergent Knowledge Strategies*. Cham, Suiza: Springer.
- Bontis, M. (1969). Intellectual capital: An exploratory study that develops measure and models. *Management Decision*, Vol. 36 Issue: 2, pp.63-76. Recuperado el 26 de Diciembre de 2017, de <https://doi.org/10.1108/002517498102>
- Bontis, N. (2002). National Intellectual Capital Index a United Nations initiative for the Arab region. Emerald. Recuperado el 17 de Diciembre de 2017, de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.2.7470&rep=rep1&type=pdf>
- Bradley, K. (1997). Intellectual Capital and the New Wealth of Nations II. (B. P. Ltd, Ed.) *Business Strategy Review*, 8, 33-44.
- Bravo, E. y Herrera, L. (2009). Capacidad de Innovación y configuración de recursos organizativos. Intangible Capital. Redalyc. Recuperado el 28 de Diciembre de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54912879005>.
- Brooking, A. (1997). *Capital intelectual*. Barcelona España: Editorial Paidós Ibérica.

- Bueno. (2003). Modelo intellectus: Medición y gestión del capital intelectual. Madrid: CIC-IADE (UAM). Recuperado el 23 de diciembre de 2017, de [https://www.researchgate.net/profile/Cecilia\\_Murcia\\_Rivera/publication/298346530\\_Modelo\\_Intellectus\\_Medicion\\_y\\_Gestion\\_del\\_Capital\\_Intelectual/links/56e82d9408ae166360e4f2cb/Modelo-Intellectus-Medicion-y-Gestion-del-Capital-Intelectual.pdf?origin=publication\\_detail](https://www.researchgate.net/profile/Cecilia_Murcia_Rivera/publication/298346530_Modelo_Intellectus_Medicion_y_Gestion_del_Capital_Intelectual/links/56e82d9408ae166360e4f2cb/Modelo-Intellectus-Medicion-y-Gestion-del-Capital-Intelectual.pdf?origin=publication_detail)
- Bueno, E. y Murcia, C. (2013). Comisión de Trabajo de Gestión del Conocimiento Empresarial, Cuaderno Nº 7. Madrid. Recuperado el 23 de diciembre de 2017, de <http://www.directivoscede.com/sites/default/files/document/conocimiento/01-08-2013/19cuaderno0000005395.pdf>
- Bueno, E., Salamador, M. P. y Merino, C. (2008). Génesis, concepto y desarrollo del capital intelectual en la economía del conocimiento: Una reflexión sobre el Modelo Intellectus y sus aplicaciones. *Estudios de Economía aplicada*, 26-2, 43-64. Recuperado el 19 de Enero de 2018, de [www.revista-eea.net](http://www.revista-eea.net)
- Canibaño, L., Garcia, M. y Sanchez, M. (1999). La relevancia de los intangibles para la valoración y la gestión. *Revista española de financiación y contabilidad*. Recuperado el 05 de diciembre de 2017, de [https://www.uam.es/personal\\_pdi/economicas/lcanibano/articulos/LA%20RELEVANCIA%20DE%20LOS%20INTANGIBLES%20PARA%20LA%20VALORACION%20Y%20LA%20GESTION%20DE%20EMPRESAS.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/economicas/lcanibano/articulos/LA%20RELEVANCIA%20DE%20LOS%20INTANGIBLES%20PARA%20LA%20VALORACION%20Y%20LA%20GESTION%20DE%20EMPRESAS.pdf)
- Carrión Maroto, J. (2007). *Estrategia de la visión a la acción* (2º ed.). Madrid: ESIC Editorial.
- Castro, G. M., Alama Salazar, E. M., López Sáez, P. y Navas López, J. E. (2009). El capital relacional como fuente de innovación tecnológica. Madrid, España. Recuperado el 17 de 12 de 2017, de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v19n35/19n35a09.pdf>
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos* (Vol. 8). Mexico: Mc Graw Hill.
- Corporación Financiera Nacional CFN. (2017). Sector manufacturero alimentos preparados y bebidas. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/08/SNAI-FS-Alimentos-y-Bebidas.pdf>
- COTEC (2004). La innovación en sentido amplio: un modelo empresarial, análisis conceptual y empírico. Madrid, España. Obtenido de [http://informecotec.es/media/J13\\_Inn\\_Sentid\\_Amplio.pdf](http://informecotec.es/media/J13_Inn_Sentid_Amplio.pdf)
- COTEC (2015). El modelo lineal. Madrid, España. Obtenido de <http://informecotec.es/publicaciones/>
- Danhke, G. (1989). *La comunicación humana*. Mexico: MacGraw-Hill.
- Danneels, E. (2002). The dynamics of product innovation and firm competences. (L. John Wiley y Sons, Ed.) *Strategic Management Journal*, 1095-1121. obtenido de <http://doi.wiley.com/10.1002/smj.275>
- Denton, K. (1991). *Calidad en el Servicio a los clientes*. Madrid: Díaz de Santos S.A.

- Díaz-Barriga, Á. y Luna Miranda, A. B. (2014). *Metodología de la investigación educativa*. Tlaxcala: Díaz Santos.
- Drucker, P. (1977). *El empresario de la nueva era*. México: Editorial continental.
- Edvisson, L. y Malone, M. S. (1997). *El capitla intelectual*. México: Norma.
- Ekos Negocios. (2014). Zoom al sector alimenticio. *Ekos Negocios*, 74. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=3040>
- Ekos negocios. (2017). <http://www.ekosnegocios.com>. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=10182>
- Ekos negocios. (2017). <http://www.ekosnegocios.com>. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=8906>
- Escorsa, P. y Valls, J. (2003). *Tecnología e innovación en la empresa*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya SL.
- Fernandez, E., Montes, J. y Vazquez, C. (1998). Los recursos intangibles como factores de competitividad de la empresa. *Revista de ingeniería y organización*. recuperado el 7 de diciembre de 2017, de <http://www.revistadyo.com/index.php/dyo/article/view/318/318>
- Fuentes pujol, E. y Arguimbau Vivó, I. (2008). I+D+I: Una perspectiva documental. *Eprints*, 43-56. recuperado de <http://eprints.rclis.org/3903/1/ad1103.pdf>
- Garzon, N., Kulfas, M., Palacios, J. y Tamayo, D. (2016). Evolución del sector manufacturero ecuatoriano 2010-2013. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/SECTOR%20MANUFACTURERO.pdf>
- Gómez , G. y Reidel, L. (2006). *Metodología de investigación en ciencias sociales*. Mexico. obtenido de [http://www.psicol.unam.mx/Investigacion2/pdf/lucy\\_gilda.pdf](http://www.psicol.unam.mx/Investigacion2/pdf/lucy_gilda.pdf)
- Guzman, J. y Martínez, J. A. (2014). *Tipología d la innovación y perfiles empresariales. Una apliación empirica*. Sevilla, España: ResearchGate, 59-77 Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/28222528\\_Tipologia\\_de\\_la\\_innovacion\\_y\\_perfil\\_es\\_empresariales\\_una\\_aplicacion\\_empirica](https://www.researchgate.net/publication/28222528_Tipologia_de_la_innovacion_y_perfil_es_empresariales_una_aplicacion_empirica)
- Hamel, G. y Breen , B. (2008). *El futuro del Management*. Sabadell, Barcelona, España: Paidos Ibérica.
- Henao, R. y Londoño, A. (2010). Diseño de un modelo de dirección por competencias distintivas para las pymes exportadoras de la ciudad de Medellín. Medellín, Colombia. Obtenido de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjwsPf9IefYAhUJbawKHQz0BcgQFggsMAE&url=https%3A%2F%2Fdi. alnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F4170238.pdf&usg=AOvVaw3n-tabCV3fk9Sf0LUuy1Bd>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw-Hill.

- Hormiga Perez, E., Batista Canino, R. M. y Sanchez Medina, A. (2007). La influencia del capital relacional en el éxito de las empresas de nueva creación. Dialnet, obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2233480>
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos INEC. (2011). Resultados Censo Nacional Económico. Ecuador. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/CENEC/Presentaciones\\_por\\_ciudades/Presentacion\\_Loja.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/CENEC/Presentaciones_por_ciudades/Presentacion_Loja.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2011). Resultados Censo Nacional Económico. Quito, Ecuador. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/CENEC/Presentaciones\\_por\\_ciudades/Presentacion\\_Loja.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/CENEC/Presentaciones_por_ciudades/Presentacion_Loja.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2011). Fascículo provincial de Loja. Loja, Ecuador. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Instituto Nacional de estadísticas censos INEC. (2012). Clasificación Nacional de Actividades. *Unidad de Análisis*, 25-96.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2012). Clasificación Nacional de Actividades Económicas. Obtenido de <http://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/metodologias/CIIU%204.0.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2014). *Modulo de informacion Ambiental*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas\\_Ambientales/Hogares\\_2014/Modulo\\_ECV/Resultados%20Principales%20ECV%20Ambiental.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Hogares_2014/Modulo_ECV/Resultados%20Principales%20ECV%20Ambiental.pdf)
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos INEC. (2017). Índice de precios al consumidor. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ipc-canastas-2017/>
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y censos INEC. (2017). Panorama laboral y empresarial del Ecuador. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Panorama%20Laboral%202017.pdf>
- Instituto Universitario de Administración de Empresas, IADE. (2011). Modelo Intellectus. ResearchGate, Recuperado el 22 de Diciembre de 2017, de [https://www.researchgate.net/publication/298346530\\_Modelo\\_Intellectus\\_Medicion\\_y\\_Gestion\\_del\\_Capital\\_Intelectual](https://www.researchgate.net/publication/298346530_Modelo_Intellectus_Medicion_y_Gestion_del_Capital_Intelectual)
- Jaén, B. y León, M. (2006). Enfoque alternativo para analizar la dinámica comercial y tecnológica mundial en el sector manufacturero. Guadalajara, Mexico. obtenido de <http://gitmexico.com/acacia/busqueda/pdf/P15T12-1.pdf>
- Kaplan, R. y Norton, D. (2009). *El cuadro de mando integral*. Barcelona: PAPP S.L.U.
- Kogut, B. y Zander, U. (1996). What Firms do? Coordination, Identity, and learning. (O. Science, Ed.) Pennsylvania. Recuperado el 22 de Diciembre de 2017, de [https://www0.gsb.columbia.edu/faculty/bkogut/files/1996\\_OrgSci\\_Kogut\\_Zander.pdf](https://www0.gsb.columbia.edu/faculty/bkogut/files/1996_OrgSci_Kogut_Zander.pdf)

- Kohtamaki, M., Partanen, J. y Möller, K. (2013). Making a profit with R&D services: The critical role of relational capital. Recuperado el 8 de Diciembre de 2017, de <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2012.11.001>
- Krogh, G. V., Ichijo, K. y Nonaka, I. (2001). *Facilitar la creación del conocimiento*. Mexico: Oxford University.
- Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- Lissarrague, M. A., Simaro, J. y Tonelli, O. E. (2009). Una propuesta de gestión del capital intelectual para PYMES. *Revista del Instituto Internacional de Costos*. Recuperado el 25 de Diciembre de 2017, de <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/3363642.pdf>
- Luna González, A. C. (2014). *Administración estratégica*. México: Grupo Patria.
- Martinez, J. C. (1998). *El futuro de la gestión, la gestión del futuro*. Madrid, Díaz de Santos.
- Maturana, R. (2002). La empresa red como organización que aprende y desaprende. *Revista Iberoamericana de ciencia, tecnología, sociedad e innovación*. Recuperado el 5 de enero del 2018, de <https://www.oei.es/historico/revistactsi/numero2/maturana.htm>
- Ministerio de Comercio Exterior COMEX. (2017). Informe mensual de comercio exterior. Quito, Ecuador. Obtenido de <https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2017/11/Bolet%C3%ADn-Mensual.pdf>
- Moreno, A. (2011). revisión crítica de los modelos para la gestión y valoración de los intangibles II. Barcelona, España. Recuperado el 18 de Enero de 2018, de <http://pdfs.wke.es/7/5/2/2/pd0000067522.pdf>
- Municipio de Loja. (2017). *Desde octubre no se usarán fundas plásticas en Loja*. Municipio de Loja. Obtenido de <http://www.loja.gob.ec/noticia/2017-09/desde-octubre-no-se-usaran-fundas-plasticas-en-loja>
- Navarro, E. (2005). La innovación como concepto estratégico. (Á. d. Revista improven empresarial, Ed.) Recuperado el 17 de 12 de 2017, de <http://www.improven-consultores.com>
- Nieto, M. (2001). *Bases para el estudio del proceso de innovación tecnológica en la empresa*. Leon, Castilla y León, España: Universidad de León.
- OCDE. (2006). Guía para la recojida e interpretación de datos sobre innovación. (OCDE-EUROSTAT, Ed.) Paris. Obtenido de <http://www.itq.edu.mx/convocatorias/manualdeoslo.pdf>
- Ordoñez, P. D. (2004). las cuentas del capital intelectual como complemento del informe anual. 357, 63-74. Recuperado el 11 de Diciembre de 2017, de [http://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/357/07\\_PatriciaOrdonez\\_357.pdf](http://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/357/07_PatriciaOrdonez_357.pdf)
- Organizacion Internacional del Trabajo OIT. (2002). Certificación de competencias profesionales: Glosario de términos técnicos. Brasil. Obtenido de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=14&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwivl->

6AxezYAhVHQq0KHesMD0o4ChAWCDswAw&url=http%3A%2F%2Fwww.oei.es%2Fhis  
torico%2Fetp%2Fcertificacion\_competencias\_profesionales\_glosario.pdf&usg=AOvVaw  
3Nz5NEynCG9a

- Ortega, M. y Quintana, L. (2013). Benchmarking territorial del sector industrial en la provincia de Loja. *Retos*(3), 15-33. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/8103/1/Benchmarking%20territorial%20del%20sector%20industrial%20en%20la%20provincia%20de%20Loja.pdf>
- Palomo, M. (2003). La evaluación de activos intangibles. Parte I los modelos. *Ingenierías*, VI (20), 12-17. Recuperado el 9 de diciembre de 2017, de <http://www.ingenierias.uanl.mx/20/pdf/20laevaluaciondeactivos.PDF>
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Vergara.
- Puchol, L., Martín, J. M., Nuñez, A., Ongallo, C., Puchol, I. y Sánchez, G. (2010). *El libro de las habilidades directivas*. Madrid: Díaz de Santos.
- Pulido, A. (2005). La innovación dl siglo XXI. 2. (CEPREDE, Ed.) Madrid, España. Obtenido de [http://n-economia.com/pres\\_serie\\_innovacion/La\\_Innovacion\\_en\\_el\\_Siglo\\_XXI\\_\(informe1\).pdf](http://n-economia.com/pres_serie_innovacion/La_Innovacion_en_el_Siglo_XXI_(informe1).pdf)
- Render, B., Stair, R. y Hanna, M. (2006). *Métodos cuantitativos para los negocios*. Mexico: Pearson.
- Riesco González, M. (2006). *El negocio es el Conocimiento*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Ries, E. (2012) El método Lean Starup, Barcelona España: Centro Libros PAPF S.L.U.
- Rodríguez Marino, V. (2005). *El capital humano, otro activo de su empresa*. Redalyc, 1, 20-33 Recuperado el 13 de diciembre de 2017, de <http://www.redalyc.org/pdf/2654/265420471004.pdf>
- Rogers, E. M. (1995). Diffusion of Innovation. (Tercera Edición). The Free Press. 391. Recuperado el 02 de diciembre de 2017, de <https://teddykw2.files.wordpress.com/2012/07/everett-m-rogers-diffusion-of-innovations.pdf>
- Ruiz González, M. D., Font Graupera, E. y Lazcano Herrera, C. (2015). Impact of Intangibles in the Knowledge Economy. Scielo, 119-132. recuperado el 19 de diciembre de 2017, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0252-85842015000300009&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842015000300009&lng=es&tlng=es).
- Sáez, F., García, O. y Palao, J. (s.f.). Innovación tecnologica en las empresas. Madrid, Madrid, España. Obtenido de [http://www.seceptanideas.com/biblio/Innovaci%C3%B3n\\_tecnol%C3%B3gica\\_en\\_las\\_Empresas.pdf](http://www.seceptanideas.com/biblio/Innovaci%C3%B3n_tecnol%C3%B3gica_en_las_Empresas.pdf)
- Santos-Rodríguez, H., Figueroa Dorrego, P. y Fernández Jardón, C. (01 de 12 de 2011). *El Capital Estructural y la capacidad de Innovar de la empresa*. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la empresa. 17, 69-89. Recuperado el 21 de Diciembre de 2017, de

[https://www.researchgate.net/publication/257502805\\_El\\_capital\\_estructural\\_y\\_la\\_capacidad\\_innovadora\\_de\\_la\\_empresa](https://www.researchgate.net/publication/257502805_El_capital_estructural_y_la_capacidad_innovadora_de_la_empresa)

- Schumpeter, J. A. (1939). *Theoretical Historical and Statistical Analysis of Capitalist Process*. New York: Mc Graw Hill.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. New York: Mc Graw Hill.
- Serra de la Figuera, D. (2000). *La logística empresarial en el nuevo milenio*. Barcelona: Planeta de Agostini.
- Sistema de Rentas Internas SRI. (2018). <http://www.sri.gob.ec>. Obtenido de Impuesto a la renta: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-renta>
- Smith, A. (1794). *Investigacion de la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones*. Londres: Strahan e Cadeli.
- Soret Los Santos, I. (2007). *Modelo de medición de conocimientos y generación de ventajas competitivas sostenibles en el ambito de la iniciativa <<Respuesta eficiente al consumidor>> Efficient Consumer Response ECR*. Universidad Rey Juan Carlos. Madrid, España: ESIC. obtenido de <https://eciencia.urjc.es/handle/10115/1069>
- Soret, I., De Pablos, C. y Montes, J. (2010). Medición de capital intelectual y ventajas competitivas. Una aplicación para la iniciativa ECR. *ESIC Market* . 65-105. Recuperado el 20 de diciembre de 2017, de [https://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/100902\\_124613\\_E.pdf](https://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/100902_124613_E.pdf)
- Stewart, T. A. (1998). *La nueva riqueza de las organizaciones: El capital intelectual*. Buenos Aires, Argentina: Granica.
- Subramaniam, M. y Youndt , M. (2005). The influence o intellectual capital on teh types of innovative capabilities. (A. o. Journal, Ed.) 450-463. Recuperado el 4 de diciembre de 2017, de Business Source Complete, Ipswich [https://www.jstor.org/stable/20159670?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/20159670?seq=1#page_scan_tab_contents)
- Sullivan, P. H. (2001). *Rentabilizar el capital intelectual: Tecnicas para optimizar el valor de la innovación*. Barcelona, España: Paidós.
- Taylor, S. y Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos en investigación*. . España: Paidos Básica.
- Trillo, M. A. y Pedraza R, J. A. (2007). La influencia de la innovacion en el capital intelectual de la empresa. propuesta de un modelo. *Dialnet*. 1419-1430. Recuperado el 15 de diciembre de 2017, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2234383>
- Vacas, S., García , O., Palao, J. y Rojo, P. (2005). Influencia de la tecnologia en el entorno. Obtenido de <http://dit.upm.es/~fsaez/intl/capitulos/4%20-Influencia%20de%20la%20tecnolog%eda%20en%20el%20entorno.pdf>
- Viedma, J. M. (2007). *ICBS Intellectual Capital Benchmarking*. Obtenido de [http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/sppc/Gestion\\_del\\_Conocimiento/Material\\_de\\_a\\_poyo\\_Benchmarking/Viedma\\_Jose\\_Maria\\_Intellectual\\_Capital\\_BenchMarking\\_System.pdf](http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/sppc/Gestion_del_Conocimiento/Material_de_a_poyo_Benchmarking/Viedma_Jose_Maria_Intellectual_Capital_BenchMarking_System.pdf)

Yang, J. (2008). The Determinants of Supply Chain Alliance Performance: an Empirical study.  
Obtenido de <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00207540701376358>