

EL CAPITAL INTELECTUAL Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA

Aime Yungán Jacqueline Isabel¹; Padilla Martínez Mario Patricio²; León Saltos Amparito Cecilia³

jaquisabel@hotmail.com¹, mp.padilla@uta.edu.ec², leonamparo@uta.edu.ec³

<https://orcid.org/0000-0002-3503-6287>¹, <https://orcid.org/0000-0002-8325-2937>²,
<https://orcid.org/0000-0001-7047-471X>³

Carrera de Marketing y Gestión de Negocios, Facultad de Ciencias Administrativas,
Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.

Recibido (04/05/20), Aceptado (15/05/20)

Resumen: El objetivo de la investigación es analizar de qué forma el capital intelectual se relaciona con la cultura organizacional, entendiendo que en este elemento el comportamiento y las actitudes de los colaboradores de la empresa son fundamentales para que las funciones se desarrollen con las políticas que la empresa adquiere. El método de investigación es descriptivo, fundamentado en el análisis de los factores que estadísticamente se encontraron. Se consideró la aplicación de 21 ítems en el cuestionario dirigido a los propietarios de las empresas del sector. Se obtuvo como resultado una confiabilidad de 0,97 con la utilización del Alfa de Cronbach y la prueba de KMO y Barlett, en la medida de Kayser Meyer de adecuación de muestreo fue de 0,87. Un resultado preponderante fue el relacionado con el capital relacional, siendo éste el de mayor importancia para los propietarios de las empresas, porque permite la sostenibilidad de su negocio mediante la retención de los clientes y esto se logra según su percepción con un comportamiento individual basado en la cultura de la empresa, su misión, visión y los valores individuales de los colaboradores.

Palabras Clave: Capital intelectual, Cultura organizacional, Sector manufacturero.

INTELLECTUAL CAPITAL AND ORGANIZATIONAL CULTURE IN MANUFACTURING COMPANIES IN THE PROVINCE OF TUNGURAHUA

Abstract: The objective of the research is to analyze how intellectual capital is related to the organizational culture, understanding that in this element the behavior and attitudes of the company's employees are fundamental for the functions to be developed with the policies that the company acquires. The research method is descriptive, based on the analysis of the factors that were statistically found. The application of 21 items was considered in the questionnaire addressed to the owners of the companies in the sector. As a result, a reliability of 0.97 was obtained with the use of Cronbach's Alpha and the KMO and Barlett test, while the Kayser Meyer measure of sampling adequacy was 0.87. A preponderant result was the one related to relational capital, this being the most important for business owners, because it allows the sustainability of their business through customer retention and this is achieved according to their perception with individual behavior based on the culture of the company, its mission, vision and the individual values of the employees.

Keywords: Intellectual capital, Organizational culture, Manufacturing sector.

I. INTRODUCCIÓN

El conocimiento es la parte fundamental para crear valor y producir un impacto en la riqueza de las empresas, de igual forma el capital intelectual contribuye a través del capital humano a que las organizaciones transformen este potencial en capacidades que agreguen ventaja competitiva [1], esta intangibilidad se traduce en que el aporte de este valioso recurso, tiene que tratarse con una actitud y compromiso positivo por parte de los directivos, para que en la empresa se produzca un cambio en la cultura organizacional y se logre el éxito con prácticas internas que contribuyan a un mejoramiento dentro de sus procesos [2].

La gestión del conocimiento, por lo tanto, se promulga a través del capital intelectual y su resultado se determina en la cultura organizacional, de esta forma se convierte en una variable de impacto [3].

En la contextualización del artículo, se analizó de forma documental-bibliográfica, los componentes del capital intelectual: capital humano, capital relacional y capital estructural para relacionar de qué forma estos intangibles actúan en la cultura organizacional. Según [4] los valores, creencias y normas, que se encuentran en la empresa, no se identifican de forma directa, por lo que se puede considerar también un intangible ya que se observan en el comportamiento de los individuos que forman parte de la organización, por lo que son las personas de forma individual o colectiva, los que fortalecen aquellos elementos.

Desde esta perspectiva, el objetivo de la investigación es determinar la relación del capital intelectual y cuáles de sus dimensiones influye en la cultura organizacional de las empresas manufactureras de la provincia de Tungurahua. Para lograr este objetivo, se estudió que cada uno de los componentes del capital intelectual tiene características particulares.

El capital humano es la suma de conocimientos, formación, experiencia, escolaridad, calidad de trabajo, habilidades y competencias, aspectos que le sirven para ser productivo en el desempeño de sus actividades y contribuir con la eficiencia empresarial [5], en tanto que el capital estructural se encuentra en la empresa y es el resultado del conocimiento colectivo y de la participación individual que aporte cada miembro [14]. La composición del capital relacional demuestra que las relaciones de lealtad entre cliente y la empresa, se producen por las actitudes o la conducta, guiados por las emociones como un sentimiento que produce una relación basada en el respeto y la confianza mutua, lo que provoca que se mantenga a largo plazo [7]. En el presente trabajo, se determinó cuál característica o elemento es el que mayormente se relaciona con la cultura organi-

zacional, determinándose que es el capital relacional el que se promueve con estrategias internas, establecidas con políticas y cumplimiento de su visión y misión.

El artículo se estructuró en cinco partes, cada una con un contenido específico, en la primera parte se detalló un análisis breve sobre el capital intelectual y sus componentes, el aporte del criterio científico es fundamental para comprender las interacciones de los tres elementos. El método analítico y el cuantitativo se utilizó con el fin de lograr un nivel de desarrollo adecuado al problema planteado, inicialmente se consideró como problema que en este tipo de empresas el capital intelectual no es asimilado en su totalidad.

El principal hallazgo de este artículo se encuentra entorno al capital relacional, se sustenta que los resultados encontrados implican que las empresas manufactureras impulsan las relaciones con los clientes de forma constante, en mayor medida que los otros componentes del capital intelectual y para lograr aquello, direccionan el comportamiento y las actitudes de sus miembros con la práctica de su misión y visión.

II. DESARROLLO

A. Capital humano

El capital humano es considerado como la primera dimensión del capital intelectual, por lo que se encuentra en esta dimensión habilidades, experiencias y destrezas que se utilizan en el proceso diario de trabajo, en el individuo su capacidad está relacionada con el conocimiento que posee y aquello se refleja en su forma de desempeño y en los logros que aporta dentro de la empresa [1].

Es importante identificar que en el capital humano se encuentran aspectos que pueden ser considerados como fundamentales y que estos pueden ser utilizados para beneficio de la organización, aquellos son: a) conocimiento, éste puede ser el resultado de la preparación del individuo u obtenido como parte de su desempeño en un sitio de trabajo con su experiencia, b) la habilidad de los seres humanos está en relación a la rutina que se adquiere con el trabajo diario, c) la actitud que puede ser positiva o negativa, dependiendo del clima laboral al que se enfrente el trabajador, d) la experiencia que puede ser obtenida como resultado del dominio de una determinada tarea [2].

El capital humano, por tanto, es fundamental en el proceso empresarial, forma parte de los procesos internos, externos y con su actuación se logran los objetivos empresariales, el aporte de sus capacidades incluye que se tomen decisiones importantes para el crecimiento de la empresa [3].

El conocimiento es variable y por lo tanto, cambia con el pasar el tiempo debido a que aparecen otras formas de conocimiento, esta incidencia se observa en la innovación [4], en este sentido, el capital humano debería actualizar sus conocimientos en beneficio individual y de la organización.

El capital humano corresponde directamente a las habilidades que una persona tiene y están relacionadas con la actividad laboral que desempeña. Este factor de producción se calcula en base al tiempo de trabajo que requiere un trabajador para producir un bien y por consiguiente al valor monetario del mismo. El valor del capital humano se da en base al conocimiento, experiencias y destrezas que posee un individuo, además del talento para desarrollar su trabajo en el marco de las especificaciones que determina la empresa a la cual sirve con su trabajo. La capacidad física, intelectual y emocional, determinan el capital humano de la planta de trabajadores, lo que se refleja en la productividad y rentabilidad de la organización [5].

B.Capital estructural

La segunda dimensión del capital intelectual está en el capital estructural, este tema se relaciona con el conocimiento como parte de la empresa, es aquel conocimiento que permanece como parte de los activos intangibles y con el cual se puede trabajar en las actividades, operaciones o procesos diarios [6].

El capital estructural está representado por ciertos elementos como: la información interna, los procesos internos, las rutinas que la empresa maneja, conocimientos sobre la logística que la empresa tiene además de su infraestructura [7].

El capital estructural es el conocimiento que se encuentra en las personas o en los equipos de trabajo dentro de la empresa, o dicho de otra manera es la forma o el “saber hacer algo”. El capital estructural incluye las patentes y los manuales de procesos de la empresa que contiene los diseños y secretos de los productos que elaboran o los servicios que prestan. Esta cultura de la organización posee el conocimiento integral del proceso productivo ya sea al interior de la organización, así como de los canales de abastecimiento y los procesos de distribución de productos terminados [8].

Una de las mejores formas de llamar al capital estructural, aunque no la más ortodoxa, es decir que es la rutina que utiliza la empresa para trabajar. El conocimiento que se aplica en las rutinas de trabajo de las empresas, se ha sistematizado en la medida que las personas y los equipos de trabajo han ido estableciendo la mejor manera de hacer algo y que se ha vuelto propia de esa organización. El conocimiento en base al capital

estructural que aloja una empresa es adquirido en base a los procesos innovadores, generación de los productos, usos de nuevas tecnologías, cultura organizacional, procesos de capacitación de la planta de trabajadores, estructura organizativa, etc. que ayudan a cumplir los objetivos generales para incrementar la producción que resultan en generar valor agregado a la empresa [9].

Este saber hacer que tiene la empresa es parte constitutiva de ella que se mantiene a pesar que los trabajadores, proveedores, clientes o cualquier otro agente externo con el cual tenga vínculos, llegasen a abandonarla. Varios autores coinciden en cuanto a que el capital estructural radica en el conocimiento y la experiencia que tienen las personas dentro de la empresa, pero estudiosos del capital intelectual como Leif Edvinsson y Michael S. Malone, amplían este concepto incluyendo tres componentes que son: capital organizacional, capital innovación y capital proceso [10].

El capital organizacional está conformado por las inversiones que ha realizado la empresa en herramientas, sistemas de trabajo y su filosofía de trabajo, lo cual significa que esos elementos son la razón por la cual la empresa tiene una forma característica de realizar su actividad y que le da identidad propia que lo demuestra en su diaria operación y por lo cual se dice que este tipo de capital pertenece a la empresa sin importar que la abandonen sus colaboradores. Este conocimiento se queda en la empresa porque es su misma cultura de trabajo que está integrada por procedimientos y políticas que le dan sostenibilidad al trabajo y permiten generar productos o servicios que son reconocidos por su marca o por su nombre [11].

Autores como [12], señalan que: el capital estructural también se lo conoce como capital organizativo, tiene una característica y es que la empresa se compone de cultura, aprendizaje, la forma de como se desarrollan sus actividades, es decir es un conjunto de actividades que se pueden ver o denominadas tangibles y otras que no se pueden ver denominadas intangibles. Este concepto, define al capital innovación como la capacidad que tienen la empresa para el desarrollo de sus actividades, innovando procesos para obtener permanentemente mejores resultados que se materializan en derechos de propiedad intelectual por marcas, patentes y procesos de producción que le permiten tomar ventaja competitiva que se refleja mayores márgenes de ganancias y mayor valoración de la empresa.

El capital proceso encierra los procesos y técnicas que se utilizan dentro de la empresa para crear valor. Este capital se puede ver materializado en base a la Norma ISO 9000 que ha venido enriqueciéndose en base a incorporar valores para el conocimiento, la innovación,

aprendizaje organizacional, disponibilidad de recursos, todos ellos que engloban la gestión de calidad en las empresas [13].

Una de las formas para identificar la competitividad en las empresas determina que son los activos intangibles quienes hacen la diferencia y aportan mayor valor en virtud que gestionan mejor la productividad por el dominio de los recursos para el trabajo diario. La gestión de cualquier actividad que genere bienes o servicios se diferencia de otras similares en cuanto a desarrollar tareas con mayor productividad en base a un mismo costo o tiempo de trabajo. Definitivamente la productividad va más allá de cualquier consideración teórica ya que la realidad para el empresario que aspira competitividad y rentabilidad creciente, debe estar relacionada con todo el abanico de actividades al interior de la empresa, pero, sin descuidar aspectos externos [14].

C.Capital relacional

Las relaciones que se encuentran con los clientes o con empresas similares o no, se conoce como capital relacional [15], la interrelación de la empresa con otro tipo de organizaciones es lo que produce la dinámica del capital relacional, por este proceso se puede adquirir otro conocimiento [7].

El capital relacional define a las relaciones que tienen las personas, empresas e instituciones que comparten intereses comunes en base a un sentido de pertenencia y cooperación en el mercado que se desenvuelven. El capital relacional también comprende las relaciones que se desarrollan dentro de las organizaciones, es decir, entre los miembros de las empresas que participan de objetivos comunes para el proceso productivo. Este conjunto de relaciones a lo interno y a lo externo de la empresa que involucran a colaboradores, proveedores, clientes y la comunidad circundante al negocio, es la suma de vínculos que se dan en las actividades permanentes de las organizaciones [16].

El capital relacional determina relaciones con intereses comunes en base a puntos de interés con cada organización o individuos a los que necesariamente hay que atender en las actividades de la empresa y que llegan a ser determinantes para el desarrollo empresarial ya que aportan valor en diversos campos. Para [17] el concepto de capital relacional es el resultado del alcance de las relaciones de calidad que se desarrollan con los clientes o sus proveedores como sus trabajadores. No solamente las relaciones con el entorno cercano a la empresa son necesarias, existen también otros frentes que hay que atender para tener excelentes relaciones que se transformen en competitividad y recursos progresivos para la empresa.

Toda organización que tenga en sus fines estar operativa a largo plazo, necesariamente debe estar alerta ante cada acción innovadora que otorgue ventaja competitiva de sus competidores, ya que, de ello generalmente dependerá su subsistencia en vista que las otras empresas estarán buscando tan anhelada competitividad en base a innovación constante en un mercado que está en constante evolución. La oferta de bienes y servicios es un reto permanente que demanda eficiencia en cada una de las acciones que se realicen dentro o fuera del negocio, sobre todo considerando que la competencia llega de cualquier parte del mundo sin importar distancias ni fronteras [18].

Las relaciones con los proveedores y clientes son dos polos determinantes para el proceso productivo y de ventas, por lo que hay que identificarlos en su real dimensión otorgándoles el valor requerido, no solamente porque aportan materia prima y recursos, sino porque también entregan a la empresa otros valores añadidos como fuentes de influencia, conocimiento en sus respectivos campos de dominio y conocimiento para ampliar el radio de acción. Son socios estratégicos que aportan mucho conocimiento en vista que sus relaciones se amplían en frentes distintos a los de la empresa, pero que son significativos para tener dominio y competitividad, siempre y cuando se puedan aprovechar eficientemente [19].

La relación que la empresa tiene con los diversos actores que interactúan en su accionar productivo y de comercialización, tienen otro frente que también es importante cuidar por la afectación que se podría dar a su imagen institucional. Se trata de la relación con la sociedad que siempre está presta a valorar el accionar de las organizaciones con instituciones públicas o sociales, que reflejarán en la sociedad un concepto de reputación por aportes dados o no dados en beneficio de la colectividad [20].

Otro importante frente que debe atender la empresa para acrecentar su capital relacional son las relaciones con las instituciones del sector público, ya que es sabido de la influencia que pueden tener en el desarrollo de cualquier empresa privada sin importar el rubro al cual se deban. Las relaciones con los organismos públicos son de vital importancia para estar atentos a los cambios que pueden generarse en el ámbito social que pueden repercutir directamente a la empresa. Esta relación con el poder público que ejerce influencia directa en el mercado puede determinar de manera ineludible ventaja competitiva para una empresa o sus competidores [21].

III.METODOLOGÍA

El método científico denominado analítico permitió

comprender la relación entre el capital intelectual con la cultura organizacional, se utilizó en esta investigación las tres dimensiones del capital intelectual: capital humano, capital estructural y capital relacional. Se incluyeron en el instrumento de investigación 21 ítems, que se distribuyeron en base a las dimensiones.

En la dimensión del capital humano se describió:

- 1) El conocimiento del capital humano y el aporte en la ventaja competitiva de la empresa
- 2) La preparación del capital humano y el valor agregado para la empresa
- 3) Las destrezas del capital humano y el cumplimiento de metas en la empresa
- 4) La forma de selección del capital humano
- 5) Preocupación de los directivos por el capital humano y su desarrollo
- 6) Formación académica y técnica de los empleados
- 7) Implementación de capacitaciones para los colaboradores

En relación al capital estructural se adoptaron los siguientes ítems:

- 8) Aprovechamiento del conocimiento de los colaboradores
- 9) Importancia del conocimiento de los empleados antiguos
- 10) Forma de recuperar el conocimiento de los empleados antiguos

Con el capital relacional se determinó los siguientes ítems:

- 11) Relaciones que se mantienen en el tiempo con los clientes
- 12) Fomento de las relaciones de la empresa con los clientes
- 13) Estrategias que implementa la empresa para retener a los clientes
- 14) Estrategias para conocer las ideas u opiniones de los clientes

En referencia a la cultura organizacional los ítems se describieron 15) en relación a las políticas adoptadas por la empresa para conocer la forma de comportamiento de los colaboradores, 16) valores de los empleados, 17) sentido de colaboración, 18) el clima laboral como parte de una cultura organizacional elevada, 19) la visión o misión como parte de la cultura, 20) influencia de la cultura en las actitudes de los empleados, 21) ventaja competitiva de la empresa por su cultura organizacional.

IV. RESULTADOS

En este apartado de la investigación se encontró que el Alfa de Cronbach da un resultado favorable para la confiabilidad del instrumento (0,97), de igual forma la prueba de KMO y Barlett, en la medida de Kayser Meyer de adecuación de muestreo fue de 0,87. Se utilizó además del método de máxima verosimilitud y el método de rotación Varimax con normalización Kaiser. Los resultados de esta matriz son los siguientes.

Con relación al factor de capital humano, el valor de 0,91 determinó que los directivos o propietarios de las empresas si se preocupan por su desarrollo y se considera además que las destrezas de los colaboradores son un elemento clave para el logro de las metas dentro de los procesos que se realizan (0,86), el conocimiento de los empleados si son aprovechados para beneficio de la empresa (0,81).

Mientras que el aspecto de la formación con capacitaciones tiene un valor menor (0,78); el conocimiento, la preparación del capital humano y la selección son aspectos poco preponderantes en relación a la cultura organizacional porque son menores a 0,70.

En relación a las percepciones de los propietarios y directivos de estas empresas, se obtuvo que en las empresas si se aplican estrategias para la atención a clientes (0,91) y el sentido de colaboración de los empleados se relaciona por la cultura organizacional que han implementado, (0,88) de la misma manera, se fomenta que las relaciones con los clientes sean duraderas (0,84).

En referencia al factor del capital estructural, este se interrelaciona con la cultura organizacional y el comportamiento de los empleados (0,86) puesto que las políticas que se adopten en la organización si tienen incidencia en su forma de actuar; se piensa además que se debe adoptar estrategias para conocer cuáles son las opiniones de los clientes externos sobre los productos o servicios que la empresa ofrece (0,84), orientado con una decisión de obtener un valor agregado proveniente del capital humano (0,83).

Con respecto al capital relacional se identificó que es una ventaja competitiva tener una buena cultura organizacional para desarrollar el mencionado capital (0,86) y en este factor se obtuvo que el conocimiento de la visión y la misión son fundamentales dentro de la estructura de la empresa (0,84), en este factor no se encontraron más interacciones por ser menores a 0,70.

Los resultados de esta investigación contribuyen a entender que cada una de las dimensiones del capital intelectual se convierte en un impulsor para que las empresas logren el éxito, principalmente porque deben ser competitivas en el mercado, si bien es cierto que la intangibilidad de los componentes del capital intelectual

son difíciles de medir de forma física, se puede observar sus resultados en términos de satisfacción o de niveles de productividad, como es el caso en el presente estudio, porque se determina que en este tipo de empresas, el capital relacional es el que mueve las relaciones en las ventas y por consiguiente se sustenta la actividad económica de la empresa. Para el año 2010 las empresas manufactureras en la provincia de Tungurahua generaron USD 465 millones [28], la contribución de este sector en el Ecuador para el año 2017 a nivel de generación de empleo fue del 11% [29], así mismo, se detalla en la última encuesta nacional por muestreo de la producción industrial que el sector manufacturero, es el que contribuye con el 61% del total de la producción generada en relación a los otros sectores (minería, comercio y servicios) [30].

V.CONCLUSIONES

Un aspecto importante de la investigación es sobre el capital relacional, para este tipo de empresas manufactureras, las relaciones con los clientes son primordiales para su sostenibilidad, mientras que la formación del capital humano con recursos propios de las empresas no es un tema de interés, más aún si los empleados antiguos y con experiencia contribuyen en los procesos cotidianos. Sin embargo, la percepción de los propietarios sobre la cultura organizacional se relacionó con la visión, misión y valores individuales que los empleados tienen con respecto a su comportamiento, especialmente con respecto a sus clientes externos. El objetivo planteado sobre la relación del capital intelectual y cuáles de sus dimensiones influye en la cultura organizacional de las empresas manufactureras de la provincia de Tungurahua contribuyó para demostrar que, en este sector productivo, son importantes las relaciones de mutua confianza entre el cliente y las empresas. Su actividad empresarial básicamente se enfrenta a un entorno competitivo y por esta razón, la capacidad relacional derivada de las personas puede lograr relaciones duraderas con los clientes y contribuir al éxito en sus organizaciones.

REFERENCIAS

- [1]E. Villegas, M. Hernández y B. Salazar, «La medición del capital intelectual y su impacto en el rendimiento financiero en empresas del sector industrial en México,» *Contaduría y Administración*, vol. 62, pp. 184-206, 2017.
- [2]L. Jiménez y R. Gamboa, «El capital humano e intelectual como catalizador de la gestión organizacional,» *Mundo Fesc*, vol. 15, n° 1, pp. 83-89, 2018.
- [3]G. Rojas y M. Vera, «Cultura organizacional en la gestión del conocimiento,» *Revista Apuntes de Administración*, vol. 1, n° 1, pp. 50-59, 2016.
- [4]D. Rivera, S. Carrillo, J. Forgiony, I. Nuván y A. Roza, «Cultura organizacional, retos y desafíos para las organizaciones saludables,» *Espacios*, vol. 39, n° 22, p. 27, 2018.
- [5]M. García y R. Chávez, «Indicadores para medir el capital humano en micro, pequeñas y medianas empresas en México,» *CIMEXUS*, vol. XII, n° 2, pp. 167-178, 2017.
- [6]M. Demuner, R. Nava y P. Mercado, «Alternativas de gestión del capital estructural en las instituciones de educación superior. Una propuesta para su evaluación,» *Cuadernos de Administración*, pp. 47-58, 2016.
- [7]G. Moreno, E. Londoño y L. Gómez, «Interacción entre variables del capital humano y capital relacional para la generación de valor organizacional,» *QUID*, n° 26, pp. 67-76, 2016.
- [8]M. Ortiz, A. Gálvez y F. Borrás, «Un pensamiento sobre capital intelectual de la empresa,» *Revista Visión Contable*, pp. 113-133, 2015.
- [9]J. Sánchez, A. Milena y L. Rodríguez, «Gestión del conocimiento,» *TIA, Tecnología, Investigación y Academia*, pp. 46-51, 2018.
- [10]Y. Villa, V. Hernández y J. Lubina, «El capital intelectual en las PYMES,» *Revista de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas*, pp. 23-40, 2019.
- [11]A. León y M. Mancheno, «Componentes del capital intelectual un enfoque hacia la innovación de las organizaciones,» *Publicando*, vol. 4, n° 12, pp. 302-314, 2017.
- [12]A. Acevedo, *La teoría del capital humano, revalorización de la educación: análisis evolución y críticas de sus postulados. La Teoría del Capital*, pp. 2-14, 2018.
- [13]D. Pérez y A. Vera, *Science of Human Action*, pp. 298-316, 2018.
- [14]C. Peña, A. Moreno, L. Améstica y S. Da Silva, «Incubadoras en red: capital relacional de incubadoras de negocios y la relación con su éxito,» *RASI, Revista de Administracao, Sociedade e Inovacao*, pp. 162-179, 2019.
- [15]A. Bermúdez y A. Hernández, «Diagnóstico del capital intelectual en una empresa maquiladora mexicana,» *EAN*, pp. 57-76, 2019.
- [16]A. Flores, M. Alvarez y N. Angelina, «El capital estructural y su relación estratégica con el desempeño organizacional en el estado de Tamaulipas,» *Entramado*, pp. 44-59, 2020.
- [17]Y. Ureña, E. Quiñones y N. Carruyo, «Capital intelectual: modelo estratégico para la calidad de servicios en organizaciones inteligentes,» *ORBIS*, pp. 3-17, 2016.
- [18]B. Serrano y J. López, «Impacto del capital estruc-

- tural en el comportamiento exportador,» *Espacios*, pp. 1-21, 2019.
- [19]M. Rojas y R. Espejo, «La inversión en investigación científica como medida del capital intelectual en las instituciones de educación superior,» *Información Tecnológica*, pp. 79-90, 2020.
- [20]K. Franch y R. Mayelin, «Las normas ISO 9000: una mirada desde la gestión del conocimiento, la información, innovación y el aprendizaje organizacional,» *Cofin Habana*, pp. 29-54, 2016.
- [21]M. Pardo-Cueva, R. Armas y Á. Higuerey, «La influencia del capital intelectual sobre la rentabilidad de las empresas manufactureras ecuatorianas,» *ESPA-CIOS*, pp. 1-11, 2018.
- [22]F. Tejedo y J. Ferraz, «Estrategia de gestión y divulgación del capital intelectual: influencia del gobierno corporativo,» *Contaduría y Administración*, pp. 1-18, 2018.
- [23]R. Toesca, E. Almedida, D. Tapia y F. G. D. Carraro, «Brazilian Journal of Development,» *Capital humano, relacional e estructural em organizações hospitalares: evidências empíricas*, pp. 30432- 30450, 2019.
- [24]C. Peña, B. Árias, S. Da Silva y M. Goncalves, «Incubadoras de negocios en Red: capital intelectual de incubadoras de negocios de latinoamérica y la relación con su éxito,» *Revista Electrónica de Administración*, pp. 96-118, 2019.
- [25]L. Gómez, E. Londoño y B. Mora, «Modelos de capital intelectual a nivel empresarial y su aporte en la creación de valor,» *Revista CEA*, pp. 165-184, 2020.
- [26]Y. Villa, V. Hernández y J. Ávalos, «El capital intelectual en las pymes,» *Revista de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas*, pp. 32-40, 2018.
- [27]J. Lavín, N. Pedraza y M. Álvarez, «El capital intelectual y su relación con el desempeño gubernamental,» *Red Internaciona de Investigadores en Competitividad*, pp. 1961-1974, 2019.
- [28]Instituto Nacional de Estadística y Censos, «Resultados Censo Nacional Económico,» Julio 2011. [En línea]. Available: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/CENEC/Presentaciones_por_ciudades/Presentacion_Ambato.pdf. [Último acceso: Lunes Mayo 2020].
- [29]Revista Ekos, «Industria manufacturera: el sector de mayor aporte al PIB,» Martes Febrero 2018. [En línea]. Available: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/industria-manufacturera-el-sector-de-mayor-aporte-al-pib>. [Último acceso: 25 Mayo 2020].
- [30]Instituto Nacional de Estadística y Censos, «Producción industrial,» 2007. [En línea]. Available: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/industria-manufacturera-el-sector-de-mayor-aporte-al-pib>. [Último acceso: 25 Mayo 2020].