

DIFERENCIAS ENTRE LAS EMPRESAS PYMES EXPORTADORAS Y NO EXPORTADORAS EN EL SECTOR DE CONFECCIONES DE BOGOTÁ DESDE LA PERSPECTIVA DEL CAPITAL INTELECTUAL

DIFFERENCES BETWEEN EXPORTING AND NON-EXPORTING SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SME'S) CLOTHING COMPANIES IN BOGOTA D.C, BY FOCUSING IN THE ANALYSIS OF THEIR INTELLECTUAL CAPITAL

Nicolás Otálora Rodríguez (1)
Hayr Gutiérrez (2)
Francisco López (3)

ABSTRACT

This article aims to identify the main differences between exporting and non-exporting Small and Medium Enterprises (SME's) clothing companies in Bogota D.C, by focusing in the analysis of their intellectual capital as a main element that enables knowledge management. We diagnosed these elements by building a methodological tool that helps to analyze three different variables related to this type of management, which are human, structural and relational capital. This study was possible by the development of a pre-built questionnaire, made by the authors and validated by experts, that helps to identify the most important differences from the main elements of each of the variables that compose the intellectual capital. It was concluded that there are differences in the three variables being more relevant in the structural capital.

Key words: Knowledge management, intellectual capital, human capital, structural capital, relational capital, Small and Medium Enterprises (SME's).

RESUMEN

Este artículo tiene como objeto identificar las principales diferencias entre las empresas pymes exportadoras y no exportadoras en el sector de confecciones de Bogotá D.C desde la perspectiva del capital intelectual, elemento esencial de la gestión del conocimiento, las cuales se diagnostican mediante una herramienta metodológica que permite el análisis de tres variables: capital humano, estructural y relacional. El estudio se realizó a partir de un cuestionario, elaborado por los autores y validado por expertos, para lograr identificar las diferencias más relevantes, a partir de los principales elementos de cada una de las variables que componen el capital intelectual. Se concluyó que existen diferencias en las tres variables siendo más significativas en el capital estructural.

Palabras clave: Gestión del conocimiento, capital intelectual, capital humano, capital estructural, capital relacional, pequeña y mediana empresa (PYMEs).

Clasificación JEL: Clasificación M10 L20 D08

(1)Magister en Administración de la Universidad Nacional de Colombia, Administrador de Empresas de la Universidad Nacional de Colombia. Investigador del programa de Administración de Empresas de la Fundación Universitaria Los Libertadores. A. Tomás. Rodríguez. Bogotá, Colombia, email: nicolasotalorar@hotmail.com.

(2)Magister en Dirección de Organizaciones en la Economía del Conocimiento, Especialista en Gerencia de Recursos Humanos de la Universidad Sergio Arboleda, psicólogo de la Pontificia Universidad Javeriana. Docente investigador del programa de Administración de Empresas de la Fundación Universitaria Los Libertadores, Bogotá, Colombia, email: hagutierrez@libertadores.edu.co.

(3)Magister en Mercadeo del Tecnológico de Monterrey. Especialista en Gerencia de Recursos Humanos Universidad Externado de Colombia, Administrador de Empresas Universidad Central. Miembro del grupo Competir categoría C por Colciencias, Docente investigador del programa de Administración de Empresas de la Fundación Universitaria Los Libertadores, Bogotá, Colombia, email: fjlopezm@libertadores.edu.co

INTRODUCCIÓN

La necesidad emergente de incluir enfoques de gestión que permitan aumentar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas o pymes Colombianas surge como marco de trabajo sobre el que se basa la presente investigación.

En este sentido, los modelos de capital intelectual, hacen hincapié en los elementos intangibles de las empresas como elemento esencial para obtener ventajas competitivas sostenibles (García & Teijero, 2011). Su aplicación, se alinea con la pretensión de las pymes de continuar incrementando la competitividad y a la vez con la necesidad emergente de aprovechar los intercambios comerciales con otros países, como lo señala Escandón & Hurtado (2014).

La investigación se focaliza entonces en las diferencias entre las pymes exportadoras y no exportadoras en un sector que es relevante para la economía colombiana, el Sector de Confecciones, de acuerdo con el Ministerio de Industria Comercio y Turismo, (2014) este sector tuvo un porcentaje de participación en el PIB durante el último trimestre de 2014 de 7,1%; por otra parte, se ha resaltado como uno de los 20 sectores de clase mundial, por el denominado Programa de Transformación Productiva del citado Ministerio.

En esta medida, el presente trabajo tiene como objeto identificar las principales diferencias entre las empresas pymes exportadoras y no exportadoras en el sector de confecciones de Bogotá en las localidades de: Puente Aranda, Engativá, Barrios Unidos, Kennedy, Fontibón, Los Mártires, Suba y Teusaquillo desde la perspectiva del capital intelectual.

Las empresas fueron elegidas por su tamaño (pymes) y de acuerdo con la clasificación de actividades CIIU - Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel- a partir de una base de datos confiable apropiando un tipo de muestreo estratificado y logrando una muestra representativa para cada localidad o estrato.

El estudio se realiza a partir de un cuestionario elaborado por los autores y validado por expertos para lograr identificar las diferencias entre empresas exportadoras y no exportadoras, a partir de los principales elementos que componen cada uno de los bloques del capital intelectual.

En el artículo, se señalan elementos conceptuales asociados a la gestión del conocimiento y el capital

intelectual. A partir de la revisión a la literatura como la base para el desarrollo de la herramienta metodológica o cuestionario.

A partir de los hallazgos obtenidos se reflexiona sobre las principales diferencias, específicamente encontradas en algunos elementos del capital intelectual, explicando los hallazgos más representativos.

MARCO CONCEPTUAL

Para fundamentar teóricamente el estudio es necesario hacer una revisión del capital intelectual desde el concepto de conocimiento.

CONOCIMIENTO

El conocimiento debe diferenciarse de los datos y de la información, en 1998 Ponjuan indica que dato es un punto en el espacio y en el tiempo y una colección de datos no es información, pues no tienen un significado por sí mismos, los datos representan información de acuerdo a la medida de asociación y discernimiento entre ellos. Mientras que la información entrega las asociaciones necesarias para entender los datos, cuando los datos son procesados, se convierten en información. La información tiene una esencia y un propósito. Cuando la información es utilizada y puesta en el contexto o marco de referencia de una persona junto con su percepción personal se transforma en conocimiento.

La pirámide informacional (Ver figura 1) de Ponjuan explica el proceso de transformación asociado a la generación del conocimiento. En esta pirámide se indica que el nivel más bajo de los hechos conocidos son los datos, gobernados por dos criterios: cantidad y calidad. El concepto de valor agregado se establece a partir de los procesos en torno a los elementos de la cadena informacional:

Según Davenport & Prusak (2001) el conocimiento es Información combinada con experiencia, contexto, interpretación y reflexión. Es una forma de información con alto valor que está lista para ser aplicada a las decisiones y a las acciones.

En 2002, Cetisme indica que el conocimiento que se obtiene del uso eficiente de una información cuidadosamente seleccionada y analizada es hoy en día una de las principales fuentes de innovación y competitividad, adquiriendo el potencial de acción o inteligencia (ver Figura 2). Aquel que tenga el conocimiento, siempre irá un paso más adelante para

aprovechar sus fortalezas y las oportunidades del entorno y mitigar las circunstancias ocasionadas por sus debilidades y las amenazas externas que se presentan constantemente.

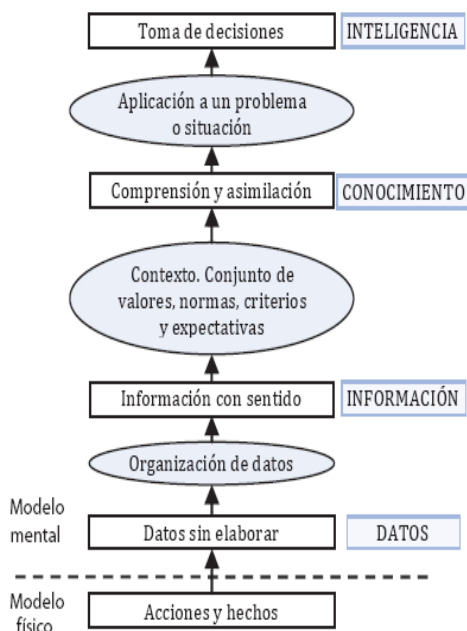
Figura 1. Pirámide informacional



Fuente: Ponjuan (1998)

En la misma línea, Galtieri & Mantiñan (2001) señalan que una serie de datos organizados de manera lógica se denominan información y puestos bajo un contexto generan una asimilación y comprensión para cada persona denominada conocimiento.

Figura 2. Transformación de la información en inteligencia



Fuente: Rubio (2013), adaptado de Cetisme (2002).

En 2010, Soler agrega que el conocimiento asociado a una organización, genera innovación, aumenta la productividad y se convierte en ventaja competitiva.

Los datos interpretados generan información, la información con sus patrones produce conocimiento, el conocimiento integrado resulta en idoneidad y la idoneidad con perspectiva del saber.

De esta forma se comprende que el avance en la secuencia del conocimiento ocurre a través de una serie de procesos dentro de la organización que generan mayor capacidad de manejar la complejidad y una perspectiva más integral para la toma de decisiones.

El conocimiento como activo intangible de las organizaciones

El concepto de conocimiento como activo intangible de las organizaciones fue introducido por primera vez por Polanyi en 1958 en su libro *Personal Knowledge: Towards a Post-Critical Philosophy*, el concepto de conocimiento basado en las dimensiones focal (conocimiento del objeto o fenómeno) y tácita (conocimiento que permite la comprensión del fenómeno). La teoría de Polanyi trata sobre el proceso de conocer.

En 1969, Drucker introdujo el concepto de trabajador del conocimiento, que es de importancia para la gestión del conocimiento y resalta el riesgo de pérdida de conocimiento cuando el trabajador abandona la organización.

En 1990, Senge, construye el concepto de organización que aprende e introduce las características de las organizaciones inteligentes con pensamiento integral, modelos mentales, perfeccionamiento personal, visión compartida y aprendizaje en equipo.

En 1997, Sveiby establece que a partir de los activos intangibles las organizaciones crean valor e introduce el término organizaciones del conocimiento, refiriéndose a aquellas que tienen una capacidad para crear valor a partir de la generación, circulación y gestión del conocimiento.

En 2001, Davenport, enfatiza la distinción entre datos, información y conocimiento y la forma en que los datos se transforman en conocimiento mediante un mecanismo de agregación de valor. Tiene en cuenta el impacto de los hechos económicos en la práctica de la gestión del conocimiento.

En actualidad se reconoce y da mucha importancia al valor de activos intangibles porque se tiene evidencia que son los que más aportan valor a las organizaciones.

El contenido de conocimiento incorporado en un producto o servicio representa en la actualidad el factor que más asigna valor a un resultado (Valhondo 2003). No son los materiales, la tecnología, capital financiero y fuerza de trabajo los que determinan el precio de un producto como un computador, pues lo que representan dichos costos es mínimo; es el conocimiento de redes de expertos en una dinámica continua de innovación lo que realmente está determinando el valor del producto que paga el consumidor, en consecuencia el conocimiento es un activo intangible.

En la tabla 1 se encuentra un resumen de los diferentes conceptos que incorporaron el conocimiento como activo intangible.

Tabla 1. Concepto de conocimiento como activo intangible

Autor (es)	Modelo
Polanyi, 1958	Fue el primero en plantear el concepto de conocimiento como se entiende actualmente. El concepto de conocimiento basado en las dimensiones focal (conocimiento del objeto o fenómeno) y tácita (conocimiento que permite la comprensión del fenómeno). La teoría de Polanyi trata sobre el proceso de conocer.
Drucker, 1969	Introdujo el concepto de trabajador del conocimiento, dando gran relevancia al factor humano y refiriéndose a los individuos que aplican su propio conocimiento profesional al trabajo. Resalta el riesgo de pérdida de conocimiento cuando el trabajador abandona la organización.
Senge, 1990	Su principal aportación es el concepto de organización que aprende (Learning Organization) Introduce las características de las Organizaciones inteligentes (pensamiento integral, modelos mentales, perfeccionamiento personal, visión compartida y aprendizaje en equipo).
Sveiby, 1997	Establece que a partir de los activos intangibles organizacionales se crea valor. Introduce el término Organizaciones de Conocimiento, refiriéndose a aquellas que tienen una capacidad para crear valor a partir de la generación, circulación y gestión del conocimiento.
Davenport, 2001	Enfatiza la distinción entre datos, información y conocimiento y la forma en que los datos se transforman en conocimiento mediante un mecanismo de agregación de valor. Tiene en cuenta el impacto de los hechos económicos en la práctica de la gestión del conocimiento

La gestión del conocimiento como campo de estudio presenta a priori inconvenientes derivados de la resistencia natural de creer que una categoría humana esencial como el conocimiento pueda ser objeto de la gestión organizacional. En 2003, Valhondo, autor español que hace una completa semblanza del tema, parte de sintetizar una historia del conocimiento desde la Grecia clásica hasta nuestros días, en un inventario que recoge las oposiciones entre autores y escuelas materialistas — idealistas, empiristas — racionalistas, para luego contrastarlo con el conocimiento oriental.

Ese esquema también es desarrollado por Nonaka & Takeuchi (1995), quienes lo utilizan para explicar su modelo de creación del conocimiento derivado del estudio de las estrategias de innovación de algunas grandes compañías japonesas, que se caracterizan por combinar pensamiento racional con pensamiento intuitivo.

Aunque hay temas como la difusión de la innovación, la transferencia de tecnología o teoría de la Información, la gestión del conocimiento como enfoque gerencial se empieza a aplicar en la década de 1990 sobre la base de la conceptualización general de la llamada sociedad poscapitalista o sociedad red y la tercera ola, como lo describió en 1980 Toffler, es la revolución administrativa precedida por la revolución de la productividad, según Drucker, en 1969, la revolución administrativa se caracteriza particularmente porque el conocimiento se aplica al conocimiento mismo, a diferencia de las anteriores revoluciones en las que el conocimiento se aplicó al trabajo y a las herramientas, respectivamente. La administración, como disciplina, transmuta su objeto a proporcionar conocimiento a fin de averiguar cómo aplicar el que ya existe para obtener resultados para las organizaciones.

En 1959, Drucker utiliza el término trabajador del conocimiento en su libro – las señales del futuro, para referirse a quienes agregan valor a productos o servicios mediante la aplicación de su conocimiento. Los trabajadores del conocimiento saben asignar sus conocimientos a usos productivos así como los capitalistas sabían asignar capital a usos productivos. Como dueños de las herramientas de producción pueden llevarse sus conocimientos a donde vayan. El reto económico será la productividad del trabajo y el trabajador del conocimiento.

En 1994, Drucker vaticinó que un tercio o más de los trabajadores de los Estados Unidos estaría constituido por trabajadores del conocimiento; para este autor, la gestión efectiva de los trabajadores del conocimiento requiere

autonomía, incorporar innovación a su trabajo, medir su productividad por la calidad y ser tratados como un activo y no como un costo en un ambiente de permanente formación y aprendizaje.

En 1990, Senge edificó otro gran hito, es la dimensión del Aprendizaje Organizacional, principio del capital intelectual, como un asunto cultural, colectivo, que cobra sentido en las llamadas organizaciones inteligentes, entornos en los cuales hay posibilidades de trazar un norte común y un sistema de aprendizaje basado en los modelos mentales, el perfeccionamiento personal, el aprendizaje en equipo y la visión compartida, mediante el pensamiento sistémico concebido como una Quinta Disciplina que está presente en las anteriores y permite entenderlas como un todo interrelacionado.

Nonaka & Takeuchi (1995), erigieron su Espiral del Conocimiento como modelo de creación que vincula lo intuitivo a lo racional con métodos como la construcción de analogías y metáforas en relación con lo que -tiene sentido- es decir, conocimiento relevante, que aporta en una cadena de valor, enunciaron en su teoría que las prácticas que podrían no tener sentido en la cultura occidental, como la redundancia o repetición de la misma actividad por diferentes personas en busca de creatividad o su rotación por diferentes áreas de la compañía, contradicen esquemas que privilegian la eficiencia y la eficacia; incorporar eslóganes aparentemente ilógicos se utiliza para capitalizar la experiencia y subjetividad inspiradora de los individuos y no sólo su conocimiento objetivo.

De otra parte, en 1997, Sveiby define la gestión del conocimiento como el arte de crear valor a partir de los activos intangibles a los cuales considera base de las estructuras internas y externas de la empresa, representados en clientes, proveedores y en el conocimiento compartido y dinámico.

El enfoque de Sveiby se centra en la medición de los intangibles, en la cual los indicadores no revelan la imagen completa pero son útiles para darle consistencia a la evaluación. Se busca reflejar cómo se gerencia la organización y aportar información integral sobre ella; el aprendizaje organizacional, conocer la organización y saber cómo funciona, es el objetivo de la evaluación y no el control tradicional que obliga a alinearse con los indicadores a cualquier costo, sin agregar necesariamente valor.

A partir de esto define las organizaciones del conocimiento como aquellas totalmente adaptadas a sus clientes a quienes tratan individualmente, adaptando los productos y servicios a ellos. El personal clave, que es el que posee el conocimiento, es muy competente, con mucha formación y experiencia profesional. Esto se puede verificar aplicando su herramienta Intangible Asset Monitor.

Este modelo otorga gran valor a las personas, como contrapartida al excesivo valor que a veces se asigna a la tecnología en la gestión del conocimiento, sin desconocer la importancia de esta última en la dinámica actual de las organizaciones, para el mantenimiento de ventajas competitivas y para la innovación.

El aspecto más importante que estudia resulta ser el cambio del conocimiento en la organización reflejado en el crecimiento, renovación, eficiencia y estabilidad.

Modelos de gestión del conocimiento

A partir del estudio del conocimiento colectivo, los estudiosos e investigadores del conocimiento desarrollaron modelos que permitiesen diagnosticar, evaluar, medir y recomendar acciones en atención a la gestión del conocimiento, a continuación se presentarán los modelos más relevantes en la literatura del estudio que nos atañe:

Modelo de formación: Barton, (1995) creó el modelo de Fuentes del Conocimiento donde la organización identifica y fomenta actividades que generan conocimiento: resolución compartida de problemas, experimentación y creación de prototipos, puesta en marcha e integración de nuevos procesos y herramientas y la importación de conocimiento. Así la organización extiende sus capacidades o forma otras nuevas para el futuro. Requiere complementación y adaptación entre usuarios y tecnología.

Modelo de vínculo: La organización forma alianzas de aprendizaje (Badaracco, 1991). La organización es vista como una estrella de valor agregado que crea conocimientos que provienen de los proveedores, clientes y otros agentes aliados. Muestra a la firma desde las siguientes perspectivas.

- Organización como perceptora.- El cambio en el entorno crea discontinuidad en el flujo de la experiencia que aporta datos en bruto y que implica lo interno. Se interpretan los datos a

través de: representación, selección y retención de información significativa para uso posterior.

- Organización como sistema de toma de decisiones.- Desencadenado por una situación de elección entre alternativas para determinar un curso de acción de acuerdo con objetivos.

Las exigencias de recopilación y procesamiento de información están fuera del alcance de la organización o individuo. La mayor o menor ambigüedad del objetivo o la mayor o menor incertidumbre técnica se enfrentan en una de cuatro formas:

1). Racionalidad limitada. Objetivos y claridad técnica relativamente altos. Se hacen programas de ejecución y procedimientos estándar que codifican reglas y rutinas de toma de decisiones.

2). Procesos: objetivos estratégicos claros, medios técnicos inciertos. Proceso dinámico marcado por interacciones. La estructura del proceso se basa en reconocimiento y diagnóstico del problema; desarrollo de alternativas y evaluación y selección de opciones.

3). Política: los objetivos se disputan por diversos grupos y la certeza técnica es alta. Las decisiones son fruto de negociaciones entre grupos de interés quienes manipulan los instrumentos.

4). Anárquica: incertidumbre técnica y de objetivos. Flujos relativamente independientes de problemas, soluciones, participantes y alternativas. La decisión obedece al azar y a la oportunidad por participantes que tienen tiempo y energía.

Modelo espiral del conocimiento: Nonaka & Takeuchi (1995), consideran el conocimiento como un proceso dinámico y humano de justificación de la creencia en búsqueda de la verdad, centran la atención en su naturaleza activa y subjetiva, lo cual se refleja en que el conocimiento; se centra en creencias y compromisos no en información; depende de contextos específicos o de la situación y es relacional porque se crea en la interacción de las personas.

La información se reflexiona sintácticamente, considerando su flujo, su volumen o semánticamente, es decir centrado en el significado, lo cual es más importante para la creación del conocimiento. La información es un flujo de mensajes y el conocimiento es creado por ese flujo anclado en las creencias y el compromiso de su poseedor.

Según este modelo, la división cartesiana entre sujeto-objeto ha producido la visión de las organizaciones consideradas como mecanismos de procesamiento de información.

Este punto de vista, que ha sido útil, no ofrece una verdadera explicación de la innovación, pues cuando las compañías innovan no sólo procesan información del exterior al interior; también crean conocimiento para redefinir problemas y soluciones y para recrear su ambiente; el individuo adquiere conocimiento creando y organizando activamente sus propias experiencias.

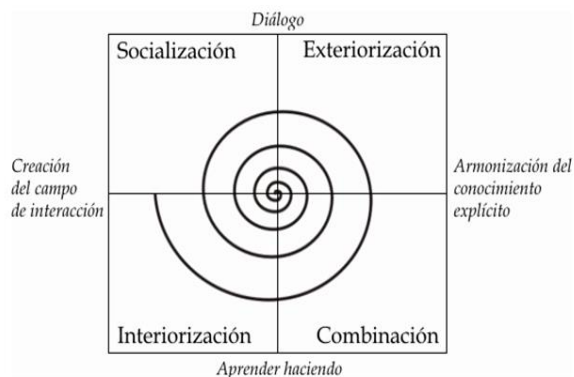
En su modelo se diferencian dos tipos de conocimiento:

Explícito: como aquel que se puede expresar a través del lenguaje formal, incluidos enunciados, expresiones matemáticas, especificaciones, manuales, etc., y puede ser fácilmente transmitido de un individuo a otro. Es el que domina la tradición occidental. Este tipo de conocimiento se relaciona con lo mental, metafísico y objetivo.

Tácito: es el más importante y el más difícil de expresar ya que se trata de lo aprendido gracias a la experiencia personal e involucra factores intangibles como las creencias, el punto de vista propio y los valores; este tipo de conocimiento se relaciona con lo que surge de la experiencia, con lo físico y lo subjetivo.

El conocimiento tácito incluye elementos cognoscitivos en formas de modelos mentales, esquemas, paradigmas o creencias que funcionan como un filtro de la percepción y que crea el ser humano haciendo y manipulando analogías en su mente; también incluye elementos técnicos, relacionados con oficios y habilidades concretas; los elementos cognoscitivos se remiten a la visión; a la tensión entre lo que es y lo que debería ser y es esencial para la creación de conocimiento nuevo; los factores importantes para la creación de este conocimiento nuevo son la movilización y conversión del conocimiento tácito.

Figura 3. Modelo creación de conocimiento



Fuente: Nonaka & Takeuchi (1995).

Para la creación del conocimiento en este modelo, es importante considerar dos dimensiones:

- La Dimensión epistemológica, correspondiente a la interacción entre conocimiento tácito y conocimiento explícito.
- Dimensión ontológica: en sentido estricto, el conocimiento es creado por individuos; la empresa los apoya o provee los contextos adecuados para que creen conocimiento.

La creación de conocimiento organizacional, es un proceso que amplifica organizacionalmente el conocimiento creado por individuos y lo solidifica como parte de la red de conocimiento de la organización.

La espiral del conocimiento (ver figura 3): la interacción entre conocimiento tácito y conocimiento explícito da lugar al conocimiento organizacional en un proceso denominado conversión. Cuando esa interacción se eleva dinámicamente de un nivel ontológico bajo (individuo) a niveles más altos (organizaciones), surge una espiral.

Las formas de conversión del conocimiento son:

- La socialización de conocimiento tácito a tácito donde una persona comparte con otras experiencias; se crea conocimiento tácito en forma de modelos mentales o habilidades técnicas; no es fácil de aprovechar por parte de una empresa, es como el que transmite un maestro a un aprendiz y otras dinámicas bipersonales de entrenamiento
- Exteriorización, de tácito a explícito: a veces los conceptos dados en expresiones, son

insuficientes, las brechas entre la imagen y la expresión promueven la interacción entre los individuos; en ocasiones la exteriorización parte de combinar deducción con inducción; este tipo de conocimiento permite aumentar la base del conocimiento organizacional, innovar y agregar valor.

- Combinación, a través de documentación, foros, conversaciones telefónicas, juntas o redes telemáticas, los individuos intercambian y comparten conocimientos explícitos como bases de datos, manuales o procedimientos.
- Interiorización, de explícito a tácito; apropiación de conocimientos explícitos por parte del individuo para aumentar su conocimiento tácito, es el conocimiento organizacional derivado de los procesos de socialización, exteriorización y combinación y se internaliza, se constituye en un valioso activo de la organización, conocimiento disponible para ser utilizado en futuras oportunidades pero que requiere ser nuevamente socializado, iniciando una nueva espiral.

Para que el conocimiento explícito se vuelva tácito, es de gran ayuda que se codifique en documentos, manuales etc. También se puede dar por parte de la cultura organizacional.

La creación del conocimiento organizacional es una interacción continua de conocimiento explícito con conocimiento tácito, que se produce por la intercalación de las diferentes formas de conversión, que se crean por los siguientes factores: la socialización, por la creación de un campo de interacción en el que se comparten modelos mentales y experiencia técnica; la exteriorización, con diálogo o reflexión colectiva en el que el uso de metáforas y analogías ayuda a enunciar el conocimiento tácito oculto que de otra manera resulta difícil de comunicar; la combinación se da por la distribución por redes del conocimiento recién creado y del existente, materializando un nuevo producto, servicio o sistema administrativo; y la interiorización, mediante un espacio de acción: aprender haciendo.

Facilitación del conocimiento: Nonaka, Ichijo, & Krogh (2001), diseñaron este modelo que se trata de una metodología que va más allá del modelo de la Espiral del Conocimiento hacia el terreno de la práctica, a través de articular cinco factores facilitadores de la creación de conocimiento: inculcar una visión del conocimiento,

conducir conversaciones, movilizar activistas del conocimiento, crear un contexto adecuado y globalizar el conocimiento local; los enfoques de creación de conocimiento son: constructivo, representativo y estratégico.

Menciona también los enfoques de transmisión y difusión de conocimiento como el talento humano por medio del aprendizaje; estructuralista y finalmente, presenta el enfoque de medición de conocimiento de capital intelectual o medición de intangibles.

Invisible Balance Sheet: Este método se compone de 35 indicadores claves para contabilizar y valorar el conocimiento o capital intangible, incluidos los activos y las fuentes de financiación, en dos partes: la visible, donde se registran los activos tangibles y su financiación, generalmente en deuda a corto o largo plazo, y la parte invisible que se financia principalmente en el mercado accionario por inversionistas, pues los bancos aún poco financian intangibles; los invisibles se clasifican en: estructura interna, patentes, conceptos, modelos y sistemas de información y sistemas o modelos administrativos creados por los empleados o adquiridos fuera de la organización; la estructura interna sumado las personas dan como resultado la organización. Estructura externa, relaciones con clientes y proveedores, marcas, imagen. Cambian y generan incertidumbre. Competencia de las personas, educación, habilidades, experiencia, valores. No es propiedad de la empresa, por lo que requiere fidelización, mediante el trato justo, la corresponsabilidad para generar pertenencia y la motivación.

Navigator de Skandia: El modelo (Edvinson & Malone, 1999) desarrollado por el Director de Capital Intelectual de Skandia, parte de la hoja de activos invisibles anterior, e incorpora los elementos fundamentales del Balance Scorecard o Cuadro de Mando Integral, en particular sus cuatro bloques o perspectivas (financiera, clientes, procesos y aprendizaje y crecimiento). En él, el valor de mercado de la empresa está integrado por el capital financiero y el capital intelectual (no considerado por la contabilidad tradicional) que se descompone en: capital humano, conocimientos, habilidades, experiencias, actitudes de las personas que componen la organización. Capital estructural, conocimientos explicitados por la organización como clientes especialmente en lo relacionado con activos relacionados con los clientes (fidelización, seguimiento); procesos: conjunto de actividades que permiten sumar a través de la cadena de valor; capacidad de innovación. Desarrollo de nuevos

productos o servicios lo cual da sostenibilidad a la organización.

El enfoque financiero representa el pasado de la empresa. A los indicadores tradicionales de este componente añade otros que evalúan el rendimiento, la rapidez y la calidad. Las relaciones con los clientes y los procesos de negocio son el presente, mientras que la capacidad de innovación, adaptación y creación, el futuro, todo articulado a partir del enfoque humano. Los indicadores deben cumplir unos requisitos: relevancia, precisión, dimensionalidad y facilidad de medición.

Knowledge Management Assessment Tool (KMAT): Es una herramienta de evaluación y diagnóstico construido sobre la base del Modelo de Administración del Conocimiento Organizacional (González, 2006) desarrollado en 1995 conjuntamente por Arthur Andersen y APQC (American Productivity and Quality Center). La gestión del conocimiento es propiciada en este modelo por cinco facilitadores:

- 1). Liderazgo, donde se encuentra la misión, visión, estrategia y el uso del conocimiento permiten a la organización reforzar sus competencias críticas.
- 2). Cultura, orientada al aprendizaje y la innovación.
- 3). Tecnología, plataforma que facilite la comunicación y el intercambio de información y conocimiento.
- 4). Medición, se mide el capital intelectual y del conocimiento para posibilitar su incremento.
- 5). Procesos, ruta crítica para reducir las brechas de conocimiento que permite capturar, adaptar y transferir el conocimiento necesario para agregar valor al cliente y potenciar los resultados.

Technology Broker: Aunque se basa en el mismo concepto de capital que el modelo de Skandia, no llega a la definición de indicadores cuantitativos, sino que propone un conjunto de aspectos cualitativos con base en una metodología para auditar la información relacionada con el capital intelectual (Brooking, 1996). Clasifica los activos del capital intelectual en: activos de mercado, activos de propiedad intelectual, activos humanos y activos de infraestructuras.

Modelo Intellect Euroforum: A partir de los modelos anteriores Geenhuizen (2008), propone uno propio con elementos similares donde incluye activos intangibles y los clasifica en bloques, según su naturaleza, que puede ser

capital humano, capital estructural y capital relacional. Estos elementos se definen como activos intangibles y se consideran dentro de cada clasificación de la cual se construye la estrategia y se definen los factores críticos de éxito e indicadores según la particularidad de la empresa estudiada.

Balanced Business Scorecard o cuadro de mando integral de Kaplan y Norton: El CMI (Kaplan & Norton, 2000) surge en un entorno económico en el cual los sistemas tradicionales de información y medición del rendimiento y la productividad empresarial se hacen insuficientes y demandan sistemas de valoración y medición de la rentabilidad y el desempeño empresarial que integren la cadena de valor generado y agregado de la empresa y el mercado como La secuencia visión-misión-objetivos-medidas hacia la cadena de procesos-productos o servicios-demanda o mercado (clientes-usuarios-consumidores) cuya orientación es hacia el mercado, es reemplazada por: mercado o demanda-visión-misión estrategia objetivos-medidas de rendimiento, calidad y posicionamiento empresarial orientada desde el mercado.

El Cuadro de Mando Integral; balanceado o integral, busca complementar la visión, medidas y registros financieros con medidas de explotación y rendimiento relacionadas con la satisfacción de los clientes (usuarios-consumidores), los procesos internos (gestión de la producción y comercialización y su cadena de valor) y la capacidad (competencias) de la organización, para aprender y mejorar continuamente (innovar). Estas tres últimas perspectivas o dimensiones (áreas de desempeño) son complementarias entre sí y son determinantes de empoderamiento y posicionamiento del futuro rendimiento empresarial. Los principales postulados en los que se basa CMI son los siguientes:

- 1). Los sistemas de valoración y medición influyen sustancialmente en el comportamiento de los empresarios, directivos y trabajadores; hacen parte de la cultura organizacional.
- 2). Lo que se mide es lo que se tiene y sólo se tiene lo que se mide.
- 3). Los empresarios y directivos requieren una representación de medidas financieras y de explotación, capaces de mostrar los rendimientos de varias áreas de desempeño a la vez.

El CMI contiene medidas financieras que reflejan los resultados de las acciones pasadas y las complementa con medidas de explotación relacionadas con la satisfacción de los clientes, los procesos internos, y las actividades de innovación y mejora, que son las impulsoras y sustentadoras del futuro rendimiento financiero.

El CMI agrupa en cuatro bloques las perspectivas mencionadas, en una relación de interdependencia, compuesta por indicadores financieros del pasado como por no financieros del futuro. Los indicadores son de dos tipos: driver condicionantes de otros y los output de resultado.

Modelos de medición, valoración y gestión de capital intelectual: Lo que no se mide no se puede gestionar, es una máxima de la gestión del conocimiento (Valhondo 2003) que remite a una dimensión central de este campo, y se relaciona con la revelación, valoración, medición y contabilización de del capital intelectual, y que se presenta complicado en tanto no existen normas o generalizaciones para lograrlo, por lo cual resulta de mucha utilidad conocer los modelos desarrollados por organizaciones pioneras entre las cuales se destacan las empresas suecas Celemi y Skandia que han sistematizado su experiencia para ponerla al servicio de otras organizaciones.

CAPITAL INTELECTUAL

La gestión de conocimiento, entendido como el conjunto de procesos que pueden generar valor a la organización para solucionar problemas en forma eficiente, y así conseguir capacidades o competencias esenciales, requiere de un elemento fundamental que es la estimación de capital intelectual.

El capital intelectual tiene varias definiciones entre las cuales se encuentran:

En 1989, Dierickx & Cool, lo definen como el stock de conocimientos en la Organización.

Stewart (1991), lo describe como todo aquello que no se pueda tocar pero que puede hacer ganar dinero a la Organización. El capital intelectual es conocimiento, pero no cualquier tipo de conocimiento – tiene que ser útil para la Organización. Un empleado puede ser un excelente pianista, pero esa destreza no tiene utilidad para el negocio.

En 1996, Edvinsson y Sullivan, enuncian que el capital intelectual es el conocimiento que puede ser convertido en

beneficio en el futuro y que se encuentra formado por recursos tales como las ideas, los inventos, las tecnologías, los programas informáticos, los diseños y los procesos.

También en 1996, Robinson & Kleiner, señalan que el conjunto de conocimientos, las habilidades, la experiencia, los sistemas de información, la propiedad intelectual, las estructuras organizativas.

Brooking (1996), dice que es la combinación de activos inmateriales que permiten hacer funcionar a la Organización, siendo ésta, a su vez, el resultado de la combinación de los activos materiales.

Bradley (1997), lo define como la capacidad para transformar el conocimiento y los activos intangibles en recursos que crean riqueza tanto en las Organización s como en los países.

Para Wiig (1997), son aquellos recursos que son creados a partir de actividades intelectuales y que van desde la adquisición de nuevo conocimiento o los inventos a las relaciones con los clientes, su gestión tiene como objetivo renovar y maximizar el valor de los activos intelectuales de la Organización.

En Euroforum (1998) lo describen como el conjunto de activos intangibles de una organización que, pese a no estar reflejados en los estados contables tradicionales genera valor en la actualidad o tiene potencial de generarlo en el futuro.

Para Bontis (1998), es la búsqueda del uso eficaz del conocimiento como opuesto a la información.

En Bueno (1998), es la suma y la sinergia de todos los conocimientos que reúne una compañía, toda la experiencia acumulada en sus integrantes, todo lo que ha conseguido en términos de relaciones, procesos, descubrimientos, innovaciones, presencia en el mercado e influencia en la comunidad.

En Steward (1999), es la suma de todos los conocimientos que poseen los empleados y que otorgan a la Organización ventaja competitiva.

Edvinsson y Malone (1999), lo definen como el lenguaje que marca las pautas de pensamiento, habla y acción de aquellos quienes conducen los futuros beneficios de las compañías que, sin embargo, no tienen un cuerpo físico o financiero.

Malhotra (2000), indica que es el colectivo de los activos intangibles que pueden ser identificados y medidos. El conocimiento hace referencia a como la Organización, ayudada por la tecnología y los procesos organizativos, adquiere, usa o comparte conocimiento. Sin embargo, la noción de activos de conocimiento o capital intelectual va más allá y hace alusión a los aspectos identificables de la organización que, aunque son intangibles, se considera que pueden añadir valor a ésta.

En el 2000, Guthrie & Petty, señalan que el capital intelectual es aquel que está formado por una parte estructural, compuesta por software, redes de distribución, etc. y una parte humana, que incluye los recursos humanos que pertenecen a la organización y los externos, dentro de los cuales se hallan los proveedores y clientes.

Para Lev (2001), son aquellos factores que pueden generar valor en el futuro.

En Roos, Bainbridge & Jacobsen (2001). Lo definen como la suma del conocimiento de sus miembros y de la interpretación práctica del mismo.

En 2002, Nevado y López indicaron que el conjunto de activos de la Organización que, aunque no estén reflejados en los estados contables, generan o generarán valor para la misma en el futuro, como consecuencia de aspectos relacionados con el capital humano y con otros estructurales como la capacidad de innovación, las relaciones con los clientes, la calidad de los procesos, productos y servicios, el capital cultural y comunicacional y que permiten a una Organización aprovechar mejor las oportunidades que otras, dando lugar a la generación de beneficios futuros.

Existen diferentes definiciones para el término capital intelectual, por lo cual se ha realizado la revisión del concepto de acuerdo a la Tabla 2.

Tabla 2. Concepto de capital intelectual

Autor	Definición
Dierickx y Cool, 1989	Stock de conocimientos en la Organización.
Stewart, 1991	Es todo aquello que no se pueda tocar pero que puede hacer ganar dinero a la Organización. El capital intelectual es conocimiento, pero no cualquier tipo de conocimiento – tiene que ser útil para la Organización. Un empleado puede ser un excelente pianista, pero esa destreza no tiene utilidad para el negocio.
Edvinsson y Sullivan, 1996	Es el conocimiento que puede ser convertido en beneficio en el futuro y que se encuentra formado por recursos tales como las ideas, los inventos, las tecnologías, los programas informáticos, los diseños y los procesos.

Otálora, R. N.; Gutiérrez, H.; López, F.

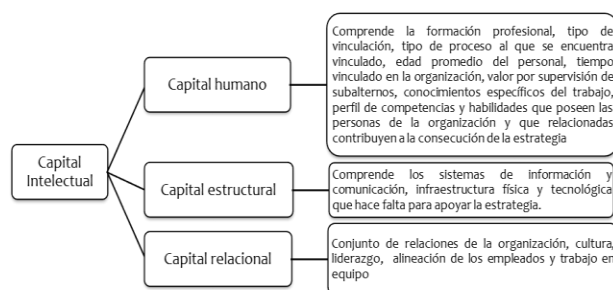
Robinson y Kleiner, 1996	Es el conjunto de conocimientos, las habilidades, la experiencia, los sistemas de información, la propiedad intelectual, las estructuras organizativas.
Brooking, 1996	Es la combinación de activos inmateriales que permiten hacer funcionar a la Organización, siendo ésta, a su vez, el resultado de la combinación de los activos materiales.
Bradley, 1997	Es la capacidad para transformar el conocimiento y los activos intangibles en recursos que crean riqueza tanto en las Organizaciones como en los países. Son aquellos recursos que son creados a partir de actividades intelectuales y que van desde la adquisición de nuevo conocimiento o los inventos a las relaciones con los clientes, su gestión tiene como objetivo renovar y maximizar el valor de los activos intelectuales de la Organización.
Wiig, 1997	Es el conjunto de Activos Intangibles de una organización que, pese a no estar reflejados en los estados contables tradicionales genera valor en la actualidad o tiene potencial de generarlo en el futuro.
Euroforum, 1998	Es la búsqueda del uso eficaz del conocimiento como opuesto a la información. Es la suma y la sinergia de todos los conocimientos que reúne una compañía, toda la experiencia acumulada en sus integrantes, todo lo que ha conseguido en términos de relaciones, procesos, descubrimientos, innovaciones, presencia en el mercado e influencia en la comunidad.
Bontis, 1998	Es la suma de todos los conocimientos que poseen los empleados y que otorgan a la Organización ventaja competitiva.
Bueno, 1998	Es el lenguaje que marca las pautas de pensamiento, habla y acción de aquellos quienes conducen los futuros beneficios de las compañías que, sin embargo, no tienen un cuerpo físico o financiero. Es el colectivo de los activos intangibles que pueden ser identificados y medidos. El conocimiento hace referencia a como la Organización, ayudada por la tecnología y los procesos organizativos, adquiere, usa o comparte conocimiento. Sin embargo, la noción de activos de conocimiento o capital intelectual va más allá y hace alusión a los aspectos identificables de la organización que, aunque son intangibles, se considera que pueden añadir valor a ésta.
Steward, 1999	Es aquel que está formado por una parte estructural, compuesta por software, redes de distribución, etc. y una parte humana, que incluye los recursos humanos que pertenecen a la organización y los externos, dentro de los cuales se hallan los proveedores y clientes.
Edvinsson y Malone, 1999	Es el lenguaje que marca las pautas de pensamiento, habla y acción de aquellos quienes conducen los futuros beneficios de las compañías que, sin embargo, no tienen un cuerpo físico o financiero.
Malhotra, 2000	Es el colectivo de los activos intangibles que pueden ser identificados y medidos. El conocimiento hace referencia a como la Organización, ayudada por la tecnología y los procesos organizativos, adquiere, usa o comparte conocimiento. Sin embargo, la noción de activos de conocimiento o capital intelectual va más allá y hace alusión a los aspectos identificables de la organización que, aunque son intangibles, se considera que pueden añadir valor a ésta.
Guthrie y Petty, 2000	Es aquel que está formado por una parte estructural, compuesta por software, redes de distribución, etc. y una parte humana, que incluye los recursos humanos que pertenecen a la organización y los externos, dentro de los cuales se hallan los proveedores y clientes.
Lev, 2001	Son aquellos factores que pueden generar valor en el futuro.
Roos, Bainbridge y Jacobsen, 2001	Es la suma del conocimiento de sus miembros y de la interpretación práctica del mismo. Es el conjunto de activos de la Organización que, aunque no estén reflejados en los estados contables, generan o generarán valor para la misma en el futuro, como consecuencia de aspectos relacionados con el capital humano y con otros estructurales como la capacidad de innovación, las relaciones con los clientes, la calidad de los procesos, productos y servicios, el capital cultural y comunicacional y que permiten a una Organización aprovechar mejor las oportunidades que otras, dando lugar a la generación de beneficios futuros.
Nevado y López, 2002	Es el conjunto de activos de la Organización que, aunque no estén reflejados en los estados contables, generan o generarán valor para la misma en el futuro, como consecuencia de aspectos relacionados con el capital humano y con otros estructurales como la capacidad de innovación, las relaciones con los clientes, la calidad de los procesos, productos y servicios, el capital cultural y comunicacional y que permiten a una Organización aprovechar mejor las oportunidades que otras, dando lugar a la generación de beneficios futuros.

intangibles que generan conocimientos dentro de un proceso de creación de valor de bienes y/o servicios, aunque estos no están reflejados en los estados contables tradicionales, una correcta administración e integración de los mismos genera valor futuro para sustentar una ventaja competitiva.

El capital intelectual se compone de la combinación de activos inmateriales, clasificados en tres bloques, como se presenta en la figura 4.

La valoración del capital intelectual conseguiría a través de un proceso de análisis y validación, convertirse en una herramienta que en corto plazo optimizaría la toma de decisiones y a largo plazo, mejorar desempeño organizacional y la ventaja competitiva de la organización (Rubio, 2013).

Figura 4. Componentes del capital intelectual



Fuente: Adaptado de Rubio, 2013

A continuación se describen cada uno de los componentes del capital intelectual, de acuerdo con la relación presentada anteriormente.

CAPITAL HUMANO

El término de capital humano es utilizado en teoría económica, especialmente a partir de la segunda mitad del siglo XX, para designar el factor de producción que es dependiente no sólo de la cantidad, sino también de la calidad, del grado de formación, de los conocimientos, competencias, capacidad de aprendizaje y de la productividad, el propietario de este factor es la persona.

El economista Gary Becker (1964), premio Nobel por trabajar con el concepto de capital humano, define la productividad como la capacidad de crear difundir y utilizar el saber. Al estudiar las sociedades del conocimiento este autor concluyó que su mayor tesoro era el capital humano que estas poseían, esto es, el conocimiento, las

Conforme a las definiciones de diferentes autores se puede afirmar que: El capital intelectual son los activos

habilidades, destrezas y aptitudes que forman parte de las personas.

Brooking (1996), lo define como la educación, formación profesional, conocimientos específicos del trabajo.

Edvinsson y Malone (1999) enuncia que el capital humano es Son las capacidades, actitudes, destrezas y conocimientos que cada miembro de la Organización aporta a ésta, es decir, forman activos individuales, e intransferibles. Este capital no puede ser de propiedad de la compañía.

Steward (1999), señala que es el valor del conocimiento de los empleados, que crean riqueza para la Organización.

Sveiby (1997), lo define como la capacidad que tienen los miembros de la organización para actuar ante diferentes situaciones y crear tanto activos materiales como inmateriales.

En Euroforum (1998), lo describe como el conocimiento (explícito o tácito) útil para la Organización que poseen las personas y equipos de la misma, así como su capacidad para regenerarlo; es decir, su capacidad de aprender. El Capital Humano es la base de la generación de los otros dos tipos de Capital Intelectual. Una forma sencilla de distinguir el Capital Humano es que la Organización no lo posee, no lo puede comprar, sólo alquilarlo durante un periodo de tiempo.

Brooking (1996), lo define como los activos centrados en el individuo e incluye en ella, entre otros, activos como la pericia colectiva, la capacidad creativa, la habilidad para resolver problemas y el liderazgo.

Para Bueno (1998), es la disponibilidad de habilidades, talento y know how que hace falta para apoyar la estrategia.

Viedma (2001), dice que es el generador de valor y fuente potencial de innovación para la Organización, es decir, es de donde parten las ideas de la organización.

Roos (2001), señala que se compone de (a) las competencias, en forma de conocimientos, capacidades, talento y know how; (b) la actitud, que se traduce en conducta, motivación, actuación y ética de las personas; y (c) la agilidad intelectual, la cual genera valor para la organización en la medida en que se aplican conocimientos nuevos o descubrimientos que permiten transformar las ideas en productos y servicios.

Por su parte Bontis (2002) lo define como la fuente de innovación y de renovación estratégica

A partir de la revisión de los diferentes conceptos del capital humano se entiende que el mismo tiene un componente innato y otro adquirido. El capital humano innato comprende aptitudes físicas e intelectuales, únicas en cada individuo, que determinan la eficiencia en el trabajo que desempeñan. El capital humano adquirido se acumula a lo largo de la vida de la persona a partir de la educación en sus diferentes modalidades y de la experiencia acumulada.

En la Tabla 3 se presenta el resumen de los diferentes conceptos.

Tabla 3. Definiciones capital humano

Autor	Definición
Gary Becker, 1964	Conocimiento, habilidades, destrezas y aptitudes que forman parte de las personas
Brooking, 1996	Se compone de la educación, formación profesional, conocimientos específicos del trabajo, habilidades. Son las capacidades, actitudes, destrezas y conocimientos que cada miembro de la Organización aporta a ésta, es decir, forman activos individuales, e intransferibles. Este capital no puede ser de propiedad de la compañía.
Edvinsson y Malone, 1999	Es el valor del conocimiento de los empleados, que crean riqueza para la Organización.
Steward, 1999	Es la capacidad que tienen los miembros de la organización para actuar ante diferentes situaciones y crear tanto activos materiales como inmateriales.
Sveiby, 1997	Se refiere al conocimiento (explícito o tácito) útil para la Organización que poseen las personas y equipos de la misma, así como su capacidad para regenerarlo; es decir, su capacidad de aprender. El Capital Humano es la base de la generación de los otros dos tipos de Capital Intelectual. Una forma sencilla de distinguir el Capital Humano es que la Organización no lo posee, no lo puede comprar, sólo alquilarlo durante un periodo de tiempo.
Euroforum, 1998	Es la disponibilidad de habilidades, talento y know how que hace falta para apoyar la estrategia.
Bueno, 1998	Son los activos centrados en el individuo e incluye en ella, entre otros, activos como la pericia colectiva, la capacidad creativa, la habilidad para resolver problemas y el liderazgo.
Brooking, 1996	Es el generador de valor y fuente potencial de innovación para la Organización, es decir, es de donde parten las ideas de la organización.
Viedma, 2001	

Roos, 2001	Se compone de (a) las competencias, en forma de conocimientos, capacidades, talento y know how; (b) la actitud, que se traduce en conducta, motivación, actuación y ética de las personas; y (c) la agilidad intelectual, la cual genera valor para la organización en la medida en que se aplican conocimientos nuevos o descubrimientos que permiten transformar las ideas en productos y servicios.
Bontis, 2002	Es la fuente de innovación y de renovación estratégica.

De acuerdo a las definiciones de diferentes autores e intentando la integración de sus diferentes conceptos se puede afirmar que: El capital humano es el conjunto de formación profesional, conocimientos específicos del trabajo, perfil de competencias y habilidades que poseen las personas y que relacionadas contribuyen a la consecución de la estrategia de la organización.

CAPITAL ESTRUCTURAL

Este capital está compuesto por los sistemas de información y comunicación; la tecnología disponible, los procesos de trabajo y sistemas de gestión. Este capital es el que queda en la organización cuando sus personas la abandonan.

La importancia del capital estructural radica en la forma en que contribuya a reducir costes o a mejorar el servicio o las características de los productos para los clientes. Collis y Montgomery (1995) destacan que la importancia de esta clase de capital depende del grado en que contribuya a la creación de una diferenciación competitiva.

Edvinsson & Malone (1999), lo definen como los conocimientos explicitados por la organización. Integrado por tres elementos:

- 1). Clientes. Activos relacionados con los clientes - idealización, capacidad de conformar equipos mixtos-
- 2). Procesos. Forma en que la Organización añade valor a través de las diferentes actividades que desarrolla.
- 3). Capacidad de Innovación. Posibilidad de mantener el éxito de la Organización a en el largo plazo a través del desarrollo de nuevos productos o servicios.

En Euroforum, 1998, son los conocimiento sistematizados, explícito e internalizado por la organización, incluyéndose, por tanto, los sistemas de información y gestión, las patentes o la tecnología disponible.

De acuerdo a las definiciones de diferentes autores, ver la Tabla 4, se puede inferir que: El capital estructural es aquel que comprende los sistemas de información, infraestructura física y tecnológica que hace falta para apoyar la estrategia de la organización.

Tabla 4. Definiciones capital estructural

Autor	Definición
Collis y Montgomery (1995)	Es aquel que da la diferenciación competitiva de la organización Son los conocimientos explicitados por la organización. Integrado por tres elementos: 1) Clientes. Activos relacionados con los clientes (idealización, capacidad de conformar equipos mixtos..). 2) Procesos. Forma en que la Organización añade valor a través de las diferentes actividades que desarrolla. 3) Capacidad de Innovación. Posibilidad de mantener el éxito de la Organización a en el largo plazo a través del desarrollo de nuevos productos o servicios.
Edvinsson y Malone, 1999	Son los conocimiento sistematizados, explícito e internalizado por la organización, incluyéndose, por tanto, los sistemas de información y gestión, las patentes o la tecnología disponible.

CAPITAL RELACIONAL

Existen diferentes definiciones para el término de capital relacional a continuación se presentan algunas de ellas:

Para Petrash (1996), es la percepción de valor que tienen los clientes cuando hacen negocios con sus proveedores de bienes o servicios.

Brooking (1996) lo define como los recursos que otorgan a la Organización ventaja competitiva en virtud del potencial derivado de los bienes inmateriales relacionados con el mercado.

Sveiby (1997), Es el valor de las relaciones de la Organización con sus clientes influyen los miembros de la que establecen y mantienen dichas relaciones, por tanto, en su gestión siempre habrá un factor de incertidumbre mayor la que tienen los activos pertenecientes al capital estructural.

En Euroforum (1998), Se refiere al valor que tiene para una Organización el conjunto de relaciones que mantiene con el exterior. La calidad y sostenibilidad de la base de clientes de una Organización y su potencialidad para generar nuevos clientes en el futuro, son cuestiones claves para su éxito, como también lo es el conocimiento que puede obtenerse de la relación con otros agentes del entorno como alianzas, proveedores).

Bueno (1998), lo define como la disponibilidad de la organización para movilizar y sostener el proceso de cambio que hace falta para ejecutar la Estrategia.

En Gibbert, Leibold y Voelpe (2001) enuncia que son las relaciones con los clientes y proveedores, los nombres de los productos, las marcas registradas, la reputación o la imagen.

Bontis (2002) lo describe como aquel conocimiento que se encuentra incluido en las relaciones de la organización.

Tabla 5. Definiciones capital relacional

Autor	Definición
Petrash, 1996	Es la percepción de valor que tienen los clientes cuando hacen negocios con sus proveedores de bienes o servicios
Brooking, 1996	Son los recursos que otorgan a la Organización ventaja competitiva en virtud del potencial derivado de los bienes inmateriales relacionados con el mercado
Sveiby, 1997	Es el valor de las relaciones de la Organización con sus clientes influyen los miembros de la que establecen y mantienen dichas relaciones, por tanto, en su gestión siempre habrá un factor de incertidumbre mayor la que tienen los activos pertenecientes al capital estructural
Euroforum, 1998	Se refiere al valor que tiene para una Organización el conjunto de relaciones que mantiene con el exterior. La calidad y sostenibilidad de la base de clientes de una Organización y su potencialidad para generar nuevos clientes en el futuro, son cuestiones claves para su éxito, como también lo es el conocimiento que puede obtenerse de la relación con otros agentes del entorno (alianzas, proveedores)
Bueno, 1998	Es la disponibilidad de la organización para movilizar y sostener el proceso de cambio que hace falta para ejecutar la Estrategia
Gibbert, Leibold y Voelpe, 2001	Son las relaciones con los clientes y proveedores, los nombres de los productos, las marcas registradas, la reputación o la imagen
Bontis, 2002	Es el conocimiento que se encuentra incluido en las relaciones de la organización

Es así como el capital relacional se entiende como la acumulación de intangibles que expresan las relaciones de la organización a nivel interno: colaboradores y externo (entorno): clientes, proveedores, competidores, órganos de control, aliados, entre otras.

El capital relacional también se refiere a las relaciones entre personas, equipos de trabajo, clientes, entre otros, con quienes se puede constituir redes de interrelaciones, las cuales se convierten a través redes de conocimiento. Algunas de las definiciones presentan en la Tabla 5.

De acuerdo a las definiciones de diferentes autores se puede afirmar que: El capital relacional es el conjunto de relaciones que la organización mantiene con los grupos de interés internos y externos, la cultura, el liderazgo, y la alineación de los colaboradores y trabajo en equipo.

Teniendo en cuenta los conceptos de capital humano, capital estructural y capital relacional se percibe que estos elementos alineados en la estrategia crean un valor diferenciador y sustentable para la potenciación de las organizaciones.

Con el objetivo de revisar dichas diferencias, a continuación se presentan los principales resultados de la investigación realizada con las empresas pymes exportadoras y no exportadoras en el sector de confecciones de Bogotá D.C.

MÉTODO

El presente estudio descriptivo, se realizó mediante la aplicación de un cuestionario directo estructurado, dicho instrumento está compuesto por dos apartados: los datos generales y el apartado de los bloques de los diferentes capitales: humanos, relacional y estructural, para ser aplicado a pymes exportadoras y no exportadoras pertenecientes al sector -confecciones de prendas de vestir excepto piel- ubicadas en la ciudad de Bogotá.

Ahora bien, para determinar la muestra del estudio se determinó el uso de la base de datos de la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), donde se identificaron diecisiete (17) empresas exportadoras del Sector de Confecciones.

En relación a las empresas no exportadoras la base de datos de la CCB se encontraron noventa y nueve (99) empresas distribuidas en las localidades de Puente Aranda, Engativá, Barrio Unidos, Kennedy, Fontibón, Los Mártires, Suba y Teusaquillo, distribuidas según la tabla 6.

Tabla 6. Relación de empresas no exportadoras por localidad en la ciudad de Bogotá

Localidad	No. Empresas	Porcentaje
Puente Aranda	16	16,28%
Engativá	15	15,12%
Barrios Unidos	19	12,21%
Kennedy	14	11,63%
Fontibón	11	11,05%

Otálora, R. N.; Gutiérrez, H.; López, F.

Los Mártires	11	6,98%
Suba	7	4,65%
Teusaquillo	6	4,65%
Total	99	100%

Teniendo en cuenta la ubicación de las empresas en las localidades esto puede afectar los resultados del estudio en atención a la presencia de clúster, se determina un muestreo estratificado por localidad.

Así, el tamaño de muestra n para este diseño muestral obedece la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\sum \frac{N_i^2 P_i (1 - P_i)}{w_i}}{\frac{N^2 e^2}{z^2} + \sum N_i P_i (1 - P_i)}$$

Dónde:

NN : es el total de empresas exportadoras de actividad económica de confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel.

$N_i N_i$: es el total de empresas por estrato, en este caso por localidad.

$w_i w_i$: es el porcentaje de cada estrato con respecto a NN

ee : es el error que se desea cometer en la estimación que se realice a partir de la muestra, y para este muestreo se usará el (5%).

ZZ : es el cuartil probabilístico de una distribución normal estándar para un nivel de $1 - \frac{\alpha}{2}$, donde: $1 - \alpha$ es nivel de confianza, para el objeto de estudio se tomará un nivel de confianza de 0.95 (95%), es decir, en este caso $\alpha = 0.05$.

$P_i P_i$: es la proporción del dominio en cada estrato, que se decide tomar y se deja como valor el mismo porcentaje con respecto al total de población, es decir, el mismo $w_i w_i$.

Al realizar una asignación proporcional de la muestra de acuerdo al porcentaje que representa cada estrato dentro de la población, se tiene entonces que $n_i = n w_i$

$n_i = n w_i$, donde n_i es el tamaño de muestra para cada estrato.

Al aplicar esta fórmula, el tamaño de muestra indicado para la población de las noventa y nueve (99) empresas resulta de cuarenta y ocho (48), con un error del 5% y una confianza del 95%. La **tabla 7**, indica el tamaño de muestra por cada estrato.

Análisis exploratorio

El análisis exploratorio se hizo a través de SPSS, analizando exploratoriamente todas las variables involucradas en la encuesta. Se debe tener en cuenta que todas las variables son cualitativas y en su mayoría de tipo ordinal.

Atendiendo el hecho de que las variables son de tipo cualitativo y para resaltar lo más importante entre las empresas de confecciones de tipo exportadoras y no exportadoras, se procede hacer el análisis exploratorio usando la medida de la moda o los datos más frecuentes, el análisis de las principales diferencias se encuentra en el acápite, más adelante –Resultados de la investigación–.

Análisis categórico

El análisis categórico se realizó a través de SPSS, analizando categóricamente todas las variables involucradas en la encuesta. El análisis categórico se hace a cambio de un modelo de regresión lineal porque el objetivo principal de esta investigación es establecer diferencias entre los capitales humanos, estructurales y relacionales entre las empresas de confecciones de tipo exportadora y no exportadora. Como las variables involucradas son netamente cualitativas, no se tuvo en cuenta el modelo de regresión lineal. Ahora, el por qué categórico, esto se debe a que se va a establecer comparaciones entre dos tipos opuestos de empresas de confecciones en un contexto de variables ordinales, las variables ordinales conllevan a una jerarquía y por ende a la clasificación o a las categorías. Por lo que se propone un modelo Logístico multivariado, de tal forma que las variables dicotómicas son los tipos de empresas de confecciones (exportadoras y no exportadoras) que serán explicadas por los diferentes tipos de capitales. En el caso que esto sea posible, entonces hay alguna asociación entre los capitales y los diferentes tipos de empresas de confecciones y por ende se podrían establecer comparaciones sin problemas, por el hecho de establecer una asociación.

El modelo Logístico que se usó es una estructura matemática como sigue:

$$p_i = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 x_{1,i} + \dots + \beta_k x_{k,i})}}$$

En que p_i representa la ocurrencia de los diferentes tipo de empresa de confecciones que serán explicados por los X 's que representan las variables de los capitales. Los betas son los parámetros de asociación si existe el modelo y por ende la asociación buscada.

Al usar SPSS, los resultados dejan ver que es posible establecer el modelo. Esto se puede ver con los p-valores asociados a los parámetros. Con un 95% de confianza, el nivel de significancia es 0.05 y si el p-valor asociado a cada parámetro es menor a 0.05.

Tabla 7. Tamaño de muestra de pymes no exportadoras por cada localidad en la ciudad de Bogotá

Localidad	Tamaño muestra por Localidad
Puente Aranda	9
Engativá	7
Barrios Unidos	9
Kennedy	7
Fontibon	5
Los Mártires	5
Suba	3
Teusaquillo	3
Total	48

Para el desarrollo de la investigación se usó una escala Likert donde el entrevistado expresa su grado de acuerdo con las siguientes opciones: nunca, a veces, frecuentemente y siempre; se diseñó un cuestionario con 29 reactivos de capital intelectual distribuidos en las tres variables de la siguiente manera:

VARIABLE 1. CAPITAL HUMANO

Entendiendo el capital humano como el conjunto de formación profesional, conocimientos específicos del trabajo, perfil de competencias y habilidades que poseen las personas y que relacionadas contribuyen a la consecución de la estrategia de la organización. Se indaga por 10 reactivos como lo muestra la tabla 8.

Tabla 8. Reactivos de capital humano

Capital Humano
Cuando se presentan cambios y nuevas formas de trabajo, los colaboradores responden a los mismos, adaptándose rápidamente.
La empresa cuenta con colaboradores internos realizando labores de investigación, desarrollo e innovación.
La empresa cuenta con mecanismos para recibir iniciativas o propuestas de mejora a los procesos, productos o servicios de parte de los colaboradores.
La empresa ha identificado los perfiles de los colaboradores, considerando su nivel de formación académica y conocimientos.
La empresa realiza evaluaciones de desempeño, que permiten identificar competencias de los colaboradores y trabajar en el desarrollo de estas.
La empresa sistematiza y formaliza las experiencias relevantes o "buenas prácticas" de los colaboradores.
La organización realiza mediciones del nivel de satisfacción y compromiso de los colaboradores de forma permanente con el fin de implementar estrategias de mejora.
Los colaboradores demuestran capacidad para resolver problemas inherentes al cargo que ocupan.
Los valores corporativos son declarados por la empresa y se manifiestan en los colaboradores.
Sus colaboradores comparten sus experiencias con otros miembros de la organización.

VARIABLE 2. CAPITAL ESTRUCTURAL

Definiendo el capital estructural como aquel que comprende los sistemas de información, infraestructura física y tecnológica. Se cuestionan los elementos de la tabla 9.

Tabla 9. Reactivos de capital estructural

CAPITAL ESTRUCTURAL
La empresa realiza investigación y obtiene información externa que se recopila y es útil para producir conocimiento clave en la empresa.
La estructura organizacional de su empresa facilita el flujo de información de tal forma que existe un ambiente de comunicación y confianza entre directivos y empleados para la toma de decisiones efectiva.
Los objetivos estratégicos se despliegan en las diversas áreas y cargos de la empresa.
Su empresa anualmente realiza revisiones al direccionamiento estratégico /misión, visión, objetivos
Su empresa emprende acciones que permiten a los trabajadores conocer, compartir y hacer operativo los valores, creencias y símbolos de la empresa.
Su empresa ha formalizado procesos y procedimientos alineados con el direccionamiento estratégico.
Su empresa identifica cuál es el valor diferenciador de sus productos frente a otros que ofrece la competencia.
Su empresa realiza mejoras a los procesos, acopiando conocimiento o generando innovaciones que apoyan el mejoramiento continuo de la empresa.

Otálora, R. N.; Gutiérrez, H.; López, F.

Su empresa utiliza el internet para favorecer el flujo de información interno entre las áreas y niveles.

Su empresa utiliza nuevas tecnologías para desarrollar las capacidades de la organización.

Tiene registro de algunas marcas, patentes, softwares, o secretos industriales a nivel nacional o internacional.

N de casos válidos 39

Los tres reactivos que se comportaron de manera muy diferente entre las empresas exportadoras y no exportadoras del sector de confecciones en Bogotá fueron:

1. La empresa sistematiza y formaliza las experiencias relevantes o “buenas prácticas” de los colaboradores.

La mayor proporción de las empresas no exportadoras contestaron – a veces- con un 45,5%, mientras el 41,2% de las empresas que exportan contestaron – frecuentemente-. Es decir que las empresas que exportan tienden a tener más activos intangibles de la organización en inventarios de buenas prácticas en relación con las que no exportan.

2. La empresa ha identificado los perfiles de los colaboradores, considerando su nivel de formación académica y conocimientos.

Al respecto el 47,1% de las empresas que exportan contestaron que siempre identifican los perfiles según el nivel de formación académica y conocimientos, al respecto la mayoría de las empresas no exportadoras, con un 45%, contestaron que lo hacen frecuentemente, este comportamiento se puede explicar en las exigencias de los mercados internacionales en especial en referencia a las competencias y habilidades laborales necesarias para la producción del sector de confecciones.

3. La empresa cuenta con colaboradores internos realizando labores de investigación, desarrollo e innovación.

La mayor proporción de respuestas de las empresas no exportadoras con un 37% contestaron –nunca- , en comparación con el 53% de las empresas exportadoras que respondieron – a veces- . lo que significa que la investigación y el desarrollo tecnológico no es una preocupación de las Pymes de confección en Bogotá.

CAPITAL ESTRUCTURAL: Para esta variable la prueba de chi cuadrado el p- valor de 0.016, ver tabla 12, es inferior al 0.05 a continuación se describen según el comportamiento de los reactivos antes descritos.

VARIABLE 3. CAPITAL RELACIONAL

Comprendiendo el capital relacional como el conjunto de relaciones que la organización mantiene con los grupos de interés internos y externos, la cultura, el liderazgo, y la alineación de los colaboradores y trabajo en equipo, se indaga sobre los elementos de la tabla 10.

Tabla 10. Reactivos de capital relacional

CAPITAL RELACIONAL
La infraestructura tecnológica se utiliza para mantener contacto cercano con los clientes, proveedores y agentes externos.
La organización cuenta con una base de datos de clientes, proveedores y aliados clave
La organización emprende acciones que permiten mejorar el servicio al cliente
La organización recibe comentarios de los clientes a través de los canales de comunicación con los mismos.
Las relaciones con los proveedores son fluidas, óptimas y permiten resolver dificultades. .
Los vínculos con los proveedores son estables y permanentes.
Su empresa ha demostrado su interés y capacidad para realizar alianzas empresariales en el último año
Su empresa tiene alianzas con otras organizaciones del sector confecciones tales como: asociaciones, federaciones, clúster, joint ventures, ACOPI, ANDI, INEXMODA, COLOMBIATEX

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación se describen las principales diferencias en cada una de las tres variables estudiadas.

CAPITAL HUMANO: Para esta variable la prueba de chi cuadrado el p- valor de 0.041, ver tabla 11, es inferior al 0.05 lo que demuestra algunas diferencias en el comportamiento de las empresas exportadoras y no exportadoras, que a continuación se describen según el comportamiento de los reactivos.

Tabla 11. Prueba de chi cuadrado Capital Humano

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,883 ^a	3	,041
Razón de verosimilitudes	2,964	3	,040

Tabla 12. Prueba de chi cuadrado Capital Estructural

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,202 ^a	3	,016
Razón de verosimilitudes	5,605	3	,013
N de casos válidos	39		

Esta variable es la que mayor número de reactivos presentan diferencia con 7 reactivos, en relación con las el capital intelectual y el capital relacional:

1. Su empresa utiliza nuevas tecnologías para desarrollar las capacidades de la organización.

El 50% de las empresas no exportadoras contestaron -a veces- mientras el 47% de las exportadoras lo hacen frecuentemente. Este comportamiento se puede explicar en las dinámicas exportadoras que requieren de un mayor uso de tecnologías de información.

2. Su empresa ha formalizado procesos y procedimientos alineados con el direccionamiento estratégico

El 41% de las empresas exportadoras contestaron - frecuentemente -, al respecto el 36% de las empresas no exportadoras respondieron - a veces- , lo que significa que para las pymes exportadoras es importante la planeación estratégica.

3. Su empresa anualmente realiza revisiones al direccionamiento estratégico /misión, visión y objetivos

La mayor proporción de las empresas no exportadoras con un 31% respondieron -nunca-, mientras el 35% de las empresas exportadoras contestaron que lo hacen - frecuentemente-. En este ítem se presenta una de las mayores diferencias que corrobora la afirmación que para las pymes exportadoras del sector de confección es relevante la planeación estratégica.

4. La estructura organizacional de su empresa facilita el flujo de información de tal forma que existe un ambiente de comunicación y confianza entre directivos y empleados para la toma de decisiones efectiva.

El 31% de las pymes que no exportan contestaron - a veces- en relación a esta pregunta el 41% contesto - siempre-. Lo que significa que las estructuras de comunicación en las empresas exportadoras facilitan la toma de decisiones en ambientes de confianza.

5. Su empresa emprende acciones que permiten a los trabajadores conocer, compartir y hacer operativo los valores, creencias y símbolos de la empresa.

Al respecto el 31% de las pymes no exportadoras contestaron - a veces-, mientras que el 58% de las exportadoras respondieron frecuentemente. Las empresas exportadoras buscan afianzar en sus trabajadores el compromiso con la organización.

6. La empresa realiza investigación y obtiene información externa que se recopila y es útil para producir conocimiento clave en la empresa.

El 41% de las empresas no exportadoras contesto - a veces- en tanto que el 47% de las exportadoras indicó que lo hacían -frecuentemente-. Estas repuestas en relación con la de capital humano que se refiere a si las organizaciones cuentan con colaboradores internos realizando labores de investigación demuestran, que si bien las pymes no incorporan investigadores si realizan estudios de mercado sobre su entorno como insumo para la empresa.

7. Tiene registro de algunas marcas, patentes, softwares, o secretos industriales a nivel nacional o internacional.

El mayor porcentaje de las pymes exportadoras con un 29% respondió- siempre-, mientras que el 45% de las no exportadoras contesto -nunca-. Lo que significa que las empresas exportadoras tienden a proteger su capital intelectual respecto a las no exportadoras.

CAPITAL RELACIONAL: La prueba de chi cuadrado el p-valor de 0.031, ver tabla 13, es inferior al 0.05, a continuación se describen los reactivos

Tabla 13. Prueba de chi cuadrado Capital Relacional

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,573 ^a	3	,031

Razón de verosimilitudes	3,658	3	,030
N de casos válidos	39		

Para esta variable se presentaron 2 reactivos que se comportaron de manera diferente al contrastar las pymes exportadoras y no exportadoras del sector de confecciones de Bogotá:

1. Su empresa tiene alianzas con otras organizaciones del sector confecciones tales como: asociaciones, federaciones, clusters, joint ventures, ACOPI, ANDI. INEXMODA, COLOMBIATEX.

Al respecto el 54% de las empresas no exportadoras contestaron –nunca-, el 52 % de las pymes exportadoras respondieron –a veces-. Las pequeñas y medianas empresas de confecciones no se organizan en alianzas generando una disminución en su poder de negociación.

2. Su empresa ha demostrado su interés y capacidad para realizar alianzas empresariales en el último año.

Para esta pregunta el 36% de las pymes exportadoras contesto –a veces- y el 35% de las no exportadoras respondió –nunca-, esto coincide con el comportamiento de la anterior pregunta.

CONCLUSIONES

El mayor número de diferencias entre las Pymes exportadoras y no exportadoras del Sector de Confecciones de Bogotá D.C. se encuentran en el bloque de la variable de Capital Estructural donde 7 reactivos de 11 se comportaron de manera diferente es decir el 64%.

Según el estudio se puede afirmar que las empresas no exportadoras prestan poca atención al capital estructural de la empresa a diferencia de las exportadoras donde las actividades que propenden por dicho capital son muy frecuentes.

Las principales diferencias en capital estructural están en el direccionamiento estratégico, tecnologías de la información y comunicaciones TIC'S, procesos y procedimientos, compromiso institucional, protección de capital intelectual, actividades de investigación y flujos de información.

El capital humano presento diferencias en 3 de los 10 reactivos es decir en un 30%, mientras el capital relacional lo hizo en 2 reactivos de 8 con un 25%.

Las empresas no exportadoras tiene un alto conocimiento tácito a diferencia de las empresas exportadoras que codifican las buenas prácticas transformando el conocimiento en explícito.

Las pymes de confección en Bogotá no incorporan profesionales que puedan hacer investigación siendo nula la participación en las no exportadoras y a veces en las exportadoras, lo que significa que el sector no propende por la innovación y el desarrollo.

En cuanto al capital relacional la mayoría de las empresas no exportadoras no tienen alianzas y las exportadoras a veces, lo que disminuye el poder de negociación de las empresas.

Es indispensable que las pymes no exportadoras incrementen las acciones que permitan fortalecer el capital estructural, es de señalar que la acciones para lograr este objetivo, lejos de ser aisladas, deben ser articuladas con aquellas que permitan el crecimiento del capital humano y relacional.

Las agremiaciones de las empresas de Confecciones en Colombia deben orientar a las pymes en el desarrollo y gestión del capital intelectual como estrategia para afrontar la competencia global, recordando que aquellas que no exportan que igual compiten con los productos importados en los marcos de acuerdos de libre comercio que el país actualmente ha suscrito, solo así las empresas serán capaces de crear ventajas competitivas en un mercado como el de confecciones cada vez más globalizado.

CONTRIBUCIONES Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación se basó en variables que permiten el estudio de un tema que aún se encuentra en evolución como se advirtió en el marco conceptual, en un sector en específico, el de confecciones, que en este sentido ha sido poco investigado.

El estudio contribuye a los pequeños y medianos empresarios del Sector de Confecciones en Bogotá D.C. a identificar aquellas acciones donde deben aunar esfuerzos con el objetivo de incrementar el capital intelectual como estrategia competitiva.

Es un sector de difícil acceso para este tipo de estudios, donde los empresarios demuestran poco interés, son muy reservados al momento de dar información, Lo que generó desgaste y atrasos en el trabajo de campo.

Este artículo puede ser insumo para la política empresarial del sector de confecciones en la capital del país y ser revisado en el tiempo para comparar la evolución del capital intelectual de las pymes de confecciones de Bogota. D.C .

REFERENCIAS

Barton, D., (1995). *Wellsprings of knowledge: building un sustaining the sources of innovation*. Boston, EEUU: Harvard Business School Press.

Badaracco, J. L., (1991). *The Knowledge Link. How the firm compete trough strategic alliances*. Boston, EEUU: Harvard Business School Press.

Beazley, H., Boenisch, J., & Harden, D., (2002). *La continuidad del conocimiento en las Organizaciones*. Bogotá D.C., Colombia: Norma.

Bontis, N. (1998). *Intellectual Capital: An Exploratory Study that Develops Measures and Model*. *Management Decision*, 36(2), 63-76.

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

Bradley, K. (1997). *Intellectual capital and the new wealth of nations*. *Business Strategic Review*, 8(1), 53-62.

Brooking, A. (1996). *Intellectual Capital. Core Asset for the Third Millennium Enterprise*. International Thomson Business Press, 97-113.

Bueno, E. (1998). *El capital intangible como clave estratégica en la competencia actual*, *Boletín de Estudios Económicos*, 53, 207 -229.

Cetisme (2002). *Inteligencia económica y tecnológica. Guía para principiantes y profesionales*. Boston. EEUU: Harvard Business School Press.

Collis, D. & Montgomery, C. (1995). *Competing on Resources: Strategy in the 1990s*, *Harvard Business Review*, 73, 118-128.

Davenport & Prusak. (2001). *Conocimiento en Acción, Cómo las organizaciones manejan lo que saben*. México D.F. México: Prentice Hall.

Drucker, P. (1959). *Landmarks of Tomorrow*. New York. EEUU: Harper.

Drucker P. (1969).. *The Age of Discontinuity; Guidelines to Our changing Society*. New York. EEUU: Harper and Row.

Drucker, P. (1994). *Post-Capitalist Society*. New York. EEUU: Harper Business.

Edvinsson, L. & Sullivan, P. (1996). *Developing a model for managing intellectual capital*, *European Management Journal*, 14, (4), 356-364.

Edvinsson, L., & Malone, M. (1999). *El Capital Intelectual*. Barcelona. España: Gestión 2000.

Escandón Barbosa, D. M. & Hurtado Ayala, A. (2014). *Los determinantes de la orientación exportadora y los resultados en las pymes exportadoras en Colombia*. *Estudios Gerenciales*, 30,(133), 430-440.

Euroforum (1998). *Medición del Capital Intelectual. Modelo Intelect*. Madrid. España: Ed. I.U.

Galtieri, A., & Mantiñan, M. J. (2001). *La gestión del conocimiento como principal fuente de valor económico*. Buenos Aires, Argentina: Universidad del CEMA.

Garcia Á & Teijero M. (2011). *Structural Capital Management: A Guide for Indicators*. *International Journal of Management and Information Systems*. 15,(3) p. 41-60. The Clute Institute.

Geenhuizen, M. (2008): *Value-added partnering and innovation in a changing world*. Purdue University Press.

González, M. (2006). *El negocio es el conocimiento*. Malaga. España:Ediciones Díaz de Santos.

Gibbert, M., Leibold, M. & Voelpe, S. (2001). *Rejuvenating corporate intellectual capital by coopting customer competence*, *Journal of Intellectual Capital*, 2, (2), 109-126.

Grant, R.(1996). *Prospering in dynamically-com-petitive environments: Organizational capability as knowledge integration*, *Organization Science*, 7, 375-387.

Otálora, R. N.; Gutiérrez, H.; López, F.

Guthrie, J. & Petty R. (2000). Intellectual Capital: Australian Annual Reporting Practices, *Journal of Intellectual Capital*, 1, (3), 241-51.

Dierickx & Cool (1989) Asset Stock Accumulation and Sustainability of Competitive Advantage *Management Science*, 35(12), 1504-151.

Kaplan, R. & Norton, D. (2000): El Cuadro de Mando Integral. The Balanced Scorecard. Barcelona. España: Gestión.

Lev, B. (2001). Intangibles: Management, Measurement and Reporting, Washington, DC.EEUU: The Brookings Institution.

Malhotra, Y. (2000). Knowledge assets in the global economy: Assessment of national intellectual capital. *Journal of Global Information Management*, 8(3), 5-15.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2014) Informe de Industria Enero-Diciembre 2014. Bogotá D.C , Colombia.

Nevado, D. & López, V. (2002). El capital intelectual. Valoración y medición. Madrid, España: Prentice Hall.

Nonaka, I. (1994). A dynamic theory of organizational knowledge creation, *Organization Science*, 5, (1), 14-37.

Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). The Knowledge-Creating Company. EEUU: Oxford University Press.

Nonaka, I. ICHIJO, K. & Krogh, G. (2001). Facilitar la creación del conocimiento. Cómo desentrañar el misterio del conocimiento tácito y liberar el poder de la innovación. Mexico D.F., México: Oxford.

Petrash, G. (1996). Dow's Journey to a knowledge value management culture, *European Management Journal*, 14, (4), 365-373.

Polányi M. (1958). Personal Knowledge, Towards a Post-Critical Philosophy. Chicago, EEUU: University of Chicago.

Ponjuan D. (1998). Gestión de la información en las organizaciones: Principios, conceptos y aplicaciones. Sabtiago de Chile, Chile: Impresos Universitaria.

Robinson, G., & Kleiner, B. (1996). How to measure an organization's intellectual capital. *Managerial Auditing Journal*, 11(8), 36-39.

Ross, J (2001). Capital intelectual: El valor intangible de la empresa. Barcelona, España: Paidós Ibérica.

Roos, G., Bainbridge, A., & Jacobsen, K. (2001). Intellectual capital as a strategic tool. *Strategic and Leadership*, 29(4), 21-26.

Rubio, M. (2013). Propuesta para valorar el capital intelectual en el Fondo Financiero de Proyectos de Desarrollo - FONADE, como estrategia para mejorar su desempeño organizacional. Bogota. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Senge, P. (1990). The Fifth Discipline, Nueva York, EEUU: Doubleday Currency.

Soler, G. (2010). Articulación de tres propuestas de valor agregado para lograr ventaja competitiva. Bogotá D.C., Colombia: II Congreso Internacional de Gestión Tecnológica e Innovación.

Spender, J.-C. 1996. Making knowledge the basis of a dynamic theory of the firm. *Strategic Management*, 1, 45-62.

Steward, T. (1991). Brainpower: how intellectual capital becoming America's most valuable asset. *Fortune*, 123, 44-60.

Stewart. (1999). Intellectual Capital: The new Wealth of Organizations. EEUU: Doubleday

Sveiby KE. (1997). The New Organisational Wealth - Managing and measuring Knowledge-Based Assets. San Fransisco, EEUU: Berrett-Koehler,

Toffler, A. (1980). La tercera ola, Barcelona, España: Plaza & Janés

Viedma (2001) ICBS Intellectual Capital Benchmarking System. *Journal of Intellectual Capital*. 2, (2), 148-164.

Valhondo, D. (2003). Gestión del conocimiento: del mito a la realidad. Malaga. España:Ediciones Díaz de Santos.

Wiig, Karl M. (1997). Knowledge Management: Where did it come from and where will it go?. *Expert Systems with Applications*, 13, 1, 1-14



**INVESTIGACIÓN
ADMINISTRATIVA**

DIFERENCIAS ENTRE LAS EMPRESAS PYMES EXPORTADORAS Y NO EXPORTADORAS EN EL SECTOR DE CONFECCIONES DE BOGOTÁ DESDE LA PERSPECTIVA DEL CAPITAL INTELECTUAL

DIFFERENCES BETWEEN EXPORTING AND NON-EXPORTING SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SME'S) CLOTHING COMPANIES IN BOGOTA D.C, BY FOCUSING IN THE ANALYSIS OF THEIR INTELLECTUAL CAPITAL

Nicolás Otálora Rodríguez
Hayr Gutiérrez
Francisco López

Recibido: 30/Julio /2015
Aceptado: 02/Noviembre/2015
Clasificación JEL: Clasificación M10 L20 D08
Número 116, Año 44
Pags. 42 - 63