



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**EL CAPITAL INTELECTUAL COMO ESTRATEGIA
PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA
EMPRESA ARECO S.A.C CHICLAYO- 2018**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

Autor:

Bach. Wong Ramos María Ofelia

Asesor:

Dr. Córdova Chirinos José William

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel – Perú

2019

TESIS

EL CAPITAL INTELECTUAL COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA ARECO S.A.C CHICLAYO- 2018

Asesor (a): Dr. Córdova Chirinos José William
Firma

Presidente (a): Dra. Rosas Prado Carmen Elvira
Firma

Secretario (a): Mg. Silva Gonzáles Liset Sugeily
Firma

Vocal: Mg. Chavarry Becerra Milken Ricarte
Firma

DEDICATORIA

A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y otorgarme salud y paciencia para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre Soledad Ramos por brindarme su apoyo incondicional en todo momento, por su sabiduría, sus valores, y por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, y en especial por el amor que me brinda.

A mi padre Humberto que desde el cielo me está cuidando.

A mi esposo Víctor y a mi hijo Yoshiro que son el motivo y esperanza para seguir avanzando.

A mis hermanos, por el respeto fraternal y buen deseo.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la fortaleza y sabiduría de seguir avanzando y preparándome profesionalmente.

Este informe de investigación es el resultado del esfuerzo que eh logrado. En primer lugar agradecer infinitamente a la Dr. José William Córdova Chirinos por apoyarme en todo momento en la realización de este informe y en especial por brindarme sus conocimientos y saberes.

Luego agradecer a la empresa ARECO SAC por permitirme y apoyarme en la realización de este informe de investigación.

RESUMEN

La tesis denominada “El Capital Intelectual como Estrategia para Mejorar la Competitividad de la empresa Areco S.A.C Chiclayo-2018”, llevado a cabo con el compromiso de optimizar la competitividad de la organización. Para realizar el estudio requerí del permiso de la directiva y los colaboradores de la empresa, la cual tuvo una respuesta propicia. El estudio tiene por finalidad Proponer estrategias para mejorar la competitividad de la Empresa Areco S.A.C 2018. La indagación es de tipo descriptivo con enfoque cuantitativo, y el diseño es no experimental y transversal. Se empleó una herramienta de medición tipo cuestionario de Likert (1932) para percibir la competitividad de la empresa, identificando las actuaciones de los colaboradores, vinculándolos con la producción. Mediante el muestreo estratificado se seleccionó una muestra de 61. En los efectos del instrumento se comprobó que la empresa Areco SAC, posee un nivel de competitividad medio. Se propone ejecutar las estrategias a través de talleres, capacitaciones, coaching organizacional y la implementación del modelo Navigator Skandia que es una herramienta eficaz para medir efectivamente el capital intelectual, con la participación de un experto, logrando la participación tanto de los directivos como de los colaboradores. Las conclusiones y recomendaciones están relacionados con los objetivos generales y específicos, asimismo los cuadros estadísticos que se derivan del cuestionario de Likert (1932) manifiestan que se tiene que aplicar la propuesta que es la implementación de estrategias, la cual contribuirá a mejorar la competitividad.

Palabras Claves: Capital Intelectual, Competitividad, Estrategias, organización

ABSTRAC

The thesis called “Intellectual Capital as a Strategy to Improve the Competitiveness of the company Areco S.A.C Chiclayo-2018”, carried out with the commitment to optimize the competitiveness of the organization. To carry out the study, I required the permission of the board and the company's collaborators, which had a favorable response. The purpose of the study is to propose strategies to improve the competitiveness of Empresa Areco S.A.C 2018. The inquiry is descriptive with a quantitative approach, and the design is non-experimental and transversal. A Likert questionnaire measurement tool (1932) was used to perceive the competitiveness of the company, identifying the actions of the collaborators, linking them with the production. A sample of 61 was selected by stratified sampling. In the effects of the instrument it was found that the company Areco SAC has a medium level of competitiveness. It is proposed to execute the strategies through workshops, training, organizational coaching and the implementation of the Navigator Skandia model which is an effective tool to effectively measure intellectual capital, with the participation of an expert, achieving the participation of both managers and managers. collaborators The conclusions and recommendations are related to the general and specific objectives, also the statistical tables derived from the Likert questionnaire (1932) state that the proposal that is the implementation of strategies has to be applied, which will contribute to improving competitiveness.

Keywords: Intellectual Capital, Competitiveness, Strategies, organization

ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRAC	vi
I. INTRODUCCIÓN	14
1.1. Realidad Problemática	16
1.1.1 Contexto Internacional.	16
1.1.2 Contexto Nacional.....	17
1.1.3 Contexto Local.....	19
1.2. Trabajos Previos	20
1.2.1 A Nivel Internacional.....	20
1.2.2 A Nivel Nacional.	23
1.2.3 A Nivel Local.	26
1.3. Teorías relacionadas al Tema	28
1.3.1 Teoría del Capital Intelectual.....	28
<i>1.3.1.1 Dimensiones del Capital Intelectual.</i>	<i>29</i>
<i>1.3.1.2 Modelo de Medición del Capital Intelectual.</i>	<i>32</i>
<i>1.3.1.3 Importancia del Capital Intelectual.</i>	<i>38</i>
1.3.2 Competitividad.	39
<i>1.3.2.1 Elementos de la Competitividad.....</i>	<i>39</i>
<i>1.3.2.2 Dimensiones de la Competitividad.</i>	<i>40</i>
<i>1.3.2.3 Mejora Continua Empresarial.</i>	<i>42</i>
<i>1.3.2.4 Las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter.</i>	<i>43</i>
1.4. Formulación del Problema	45
1.5. Justificación e Importancia del estudio.....	46
1.6. Hipótesis.....	47
1.7. Objetivos	47
1.7.1 Objetivo General.....	47
1.7.2 Objetivos Específicos.	47
II. MATERIALES Y MÉTODOS	49

2.1. Tipo y Diseño de la Investigación	49
2.1.1. Tipo de Investigación.....	49
2.1.2. Diseño de Investigación.....	49
2.2. Población y Muestra.....	49
2.2.1. Población	49
2.2.2. Muestra	50
2.3. Variables, Operacionalización.....	51
2.3.1. Definición Conceptual.....	51
2.3.2. Definición Operacional.....	51
2.3.3. Operacionalización de Variables.....	52
2.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad.....	54
2.4.1. Técnica.....	54
2.4.1.1. La Encuesta.....	54
2.4.2. Instrumento.....	54
2.4.2.1. Cuestionario.....	54
2.4.3. Validez y Confiabilidad.....	54
2.5. Procedimientos de Análisis de Datos	54
III. RESULTADOS.....	58
3.1. Tablas y Figuras	58
3.2. Discusión de los Resultados	79
3.3. Aporte Científico	84
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	112
CONCLUSIONES	112
RECOMENDACIONES	113
REFERENCIAS.....	114
ANEXOS.....	121
MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	121
CUESTIONARIO	123
VALIDACIÓN DE ENCUESTA.....	125
FOTOS.....	155
FORMATO T1	162

CARTA DE ACEPTACIÓN	163
DECLARACIÓN JURADA	164
RESULTADOS TURNITIN	165
ACTA DE ORIGINALIDAD	166

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Relación de Colaboradores de la empresa Areco SAC.....	50
Tabla 2: Operacionalización de Variables.....	52
Tabla 3: Estadísticas de Fiabilidad.....	55
Tabla 4: Características Éticas del Criterio.....	55
Tabla 5: Criterio de Rigor Científico.....	55
Tabla 6: Compromiso con la Cultura Organizacional de la Empresa.....	58
Tabla 7: Logro de los Objetivos en el tiempo establecido.....	59
Tabla 8: Satisfacción en el Ambiente.....	60
Tabla 9: Motivación Permanente al Personal.....	61
Tabla 10: Programas de Capacitación al Personal.....	62
Tabla 11: Remuneración por parte de la Empresa.....	63
Tabla 12: Participación de los colaboradores en la realización de los planes estratégicos.....	64
Tabla 13: Importancia de la Base de datos de la Empresa.....	65
Tabla 14: Estrategias utilizadas por la Empresa.....	66
Tabla 15: Capacitación a los Proveedores en temas de Calidad.....	67
Tabla 16: Competidores Directos de la Empresa.....	68
Tabla 17: Servicios de Post Venta que realiza la Empresa.....	69
Tabla 18: Costos de los Servicios que ofrece la empresa.....	70
Tabla 19: La empresa cuenta con una estrategia detallada de cómo diferenciarse de los demás.....	71
Tabla 20: La empresa ha desarrollado y comunicado con claridad su público objetivo.....	72
Tabla 21: Capacidad del personal de la empresa para adaptarse a la flexibilidad.....	73
Tabla 22: Uso de la Tecnología por parte de la Empresa.....	74
Tabla 23: Decisiones por parte de los Directivos para gestionar la Empresa.....	75
Tabla 24: Personal suficiente para realizar las actividades.....	76
Tabla 25: Modelo de Gestión.....	77
Tabla 26: Resultados esperados por la Empresa.....	78
Tabla 27: Capital Humano.....	86
Tabla 28: Capital Estructural.....	86

Tabla 29: Capital Relacional	87
Tabla 30: Programación del plan.....	91
Tabla 31: Presupuesto.....	91
Tabla 32: Programación del Plan	93
Tabla 33: Presupuesto.....	93
Tabla 34: Programación del plan.....	95
Tabla 35: Presupuesto.....	95
Tabla 36: Programación del plan.....	97
Tabla 37: Presupuesto.....	97
Tabla 38: Programación del plan.....	99
Tabla 39: Presupuesto.....	100
Tabla 40: Programación del Plan.	101
Tabla 41: Presupuesto.....	101
Tabla 42: Programación del plan.....	103
Tabla 43: Presupuesto.....	104
Tabla 44: Programación del plan.....	107
Tabla 45: Presupuesto.....	107
Tabla 46: Cronograma General de actividades	108
Tabla 47: Presupuesto de materiales.	109
Tabla 48: Servicios.....	109
Tabla 49: Otros Varios.	109
Tabla 50: Presupuesto general de la Propuesta	110
Tabla 51: Matriz de Consistencia.....	121

INDICE DE FIGURA

Figura 1: Compromiso con la Cultura Organizacional de la Empresa.....	58
Figura 2: Logro de los Objetivos en el tiempo establecido.....	59
Figura 3: Satisfacción en el Ambiente	60
Figura 4: Motivación Permanente al Personal	61
Figura 5: Programas de Capacitación al Personal.....	62
Figura 6: Remuneración por parte de la Empresa.....	63
Figura 7: Participación de los colaboradores en la realización de los planes estratégicos.....	64
Figura 8: Importancia de la Base de datos de la Empresa.....	65
Figura 12: Servicios de Post Venta que realiza la Empresa	69
Figura 13: Costos de los Servicios que ofrece la empresa	70
Figura 14: La empresa cuenta con una estrategia detallada de cómo diferenciarse de los demás	71
Figura 15: La empresa ha desarrollado y comunicado con claridad su público objetivo	72
Figura 16: Capacidad del personal de la empresa para adaptarse a la flexibilidad.....	73
Figura 17: Uso de la Tecnología por parte de la Empresa	74
Figura 18: Decisiones por parte de los Directivos para gestionar la Empresa	75
Figura 19: Personal suficiente para realizar las actividades.....	76
Figura 20: Modelo de Gestión.....	77
Figura 21: Resultados esperados por la Empresa.....	78
Figura 22: Características Éticas del Criterio.....	82
Figura 23: Estado de Ganancias y Pérdidas 2017	83
Figura 24: Modelo Navigator Skandia.....	106

I. INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

Con el paso de los años las dinámicas en el entorno han ido cambiando y por consiguiente han producido grandes modificaciones en las organizaciones, los cuales han rediseñado las políticas empresariales y la mayor parte de sus procedimientos, buscando adecuarse a las exigencias del entorno.

La reingeniería de los procesos ha sido uno de los componentes más relevante en el desarrollo y adaptación de las empresas, de igual manera la participación, apoyo, y formación de los colaboradores es otro factor que contribuye al cambio.

La mayor parte de las organizaciones han roto los paradigmas históricos, si bien es cierto que los medios físicos en la actualidad siguen siendo un elemento importante, los intangibles son considerados muy relevante para alcanzar la competitividad, uno de los recursos intangibles es el capital intelectual, que es la unión de conocimientos que tienen los colaboradores de la institución, sin embargo, no se muestra en los informes financieros, pero concibe valor para una empresa.

La administración del conocimiento se debe ver como una inversión en capital intelectual que permita con el tiempo a la consecución de un capital intelectual corporativo más elevado, es decir que aumente la capacidad de la organización para lograr ser más competitivo frente a la competencia.

El propósito del trabajo de investigación es hacer énfasis sobre la conceptualización y la gestión del capital intelectual como estrategia que permitan el crecimiento de las organizaciones y su relevancia como elemento en la competitividad.

El capital intelectual es lo cognitivo que se encuentra en el interior de una organización. Viene hacer la suma de los discernimientos que se congrega en la empresa y la práctica de los colaboradores.” (Muralles 2016).

El componente más relevante en las organizaciones está conformado por el grupo de personas que en ellas laboran, este grupo de personas posee un conjunto de conocimientos y habilidades que son los factores que permiten un desempeño sobresaliente en la ejecución de sus tareas. Las organizaciones han percibido la importancia de este conjunto de factores intangibles

denominados capital intelectual y han recurrido a estrategias como programas que permitan la formación continua de los empleados en aras de obtener una mayor competitividad teniendo como base sus conocimientos y habilidades (Sveiby, 2000).

Según Euroforum al capital intelectual lo estructura de tres elementos importantes: capital humano, capital estructural y capital relacional.

Respecto a todo lo nombrado y por la particularidad de la investigación se ha desarrollado el siguiente objetivo general Proponer estrategias para fortalecer el capital intelectual y mejorar la competitividad de la empresa Areco Sac, con la finalidad para desarrollar la investigación he desarrollado el estudio de indagación en 4 capítulos:

CAPITULO I: La problemática de la investigación, que contiene los trabajos previos, teorías en relación a la investigación, enunciación de la problemática, justificación y relevancia, hipótesis, objetivo general y específicos.

CAPITULO II: Material y método, que contiene tipo y diseño del estudio, población y muestra, variables, Operacionalización, técnicas e instrumentos para la recopilación de información, procedimientos de análisis de datos, aspectos éticos y criterios de rigor científico.

CAPITULO III: Resultados, que contiene tablas y figuras, disputa de resultados, y la propuesta.

CAPITULO IV: Conclusiones y recomendaciones

Con el desarrollo del trabajo de investigación pretendo que sirva de guía para la elaboración de otras investigaciones futuras en esta área.

1.1. Realidad Problemática

1.1.1 Contexto Internacional.

Marulanda (2017) manifiesta que el desarrollo económico Colombiano se encuentra muy lejos de lograr los niveles de competitividad como son Singapur, Suiza, Estados Unidos, Alemania, lo que quiere decir que las organizaciones en Colombia no se preocupan por la innovación e instauración de nuevos métodos, sin embargo para algunos empresarios lo más relevante es buscar una estrategia de cómo mantenerse en un mercado en la cual es muy flexible las medidas de juego por parte del Estado. La finalidad respecto a la parte económica es explorar dichos activos inmateriales, para la cual es importante implementar políticas de Estado que conlleven a una correcta gestión del conocimiento mediante políticas que estimulen la innovación y la inversión en el país, optimizando el Indicador de competitividad global.

Alvarado, Varas y Sánchez (2014) indica que el sector edificación es importante para el sector económico chileno, de acuerdo al PIB de la edificación en el 2010 ha crecido en el 8,9 %, ya que este sector es uno de los elementos fundamentales para la reacción económica principalmente en poseer un elevado impacto en el trabajo ya que a partir del 2005 hasta el 2009 ha generado un 8,5 % de empleo. El problema radica que al ser sensitivo al período de la economía ha mostrado un período más acentuado en comparación a la economía en general, con incrementos rápidos y con desplomes significativas porque la economía ingresa en un periodo contractivo. Esas cualidades de inestabilidad hacen que se generen dudas en acceso y salidas de organizaciones del mercado. En ese contexto se propone implementar un método de gestión organizacional encaminado a las organizaciones de edificaciones, de tal manera que logren establecer ventajas profesionales razonables que permitan subsistir y desarrollarse en el mercado.

De la Garza, Zerón y Sánchez (2015) manifiesta que el capital intelectual se ha revertido muy relevante para las organizaciones de la ciudad de México especialmente en las Pymes de ciudad Victoria Tamaulipas como resultado de la globalización y el progreso firme de la tecnología, en la que se encuentran sumidas, por consiguiente las economías se vuelven complicadas, dinámicas y más exigentes. Para ello es necesario encontrar las dimensiones del capital intelectual y reconocer la que se halla reforzada en las Mypes de ciudad Victoria

Tamaulipas. Según los resultados del estudio se obtuvieron que el capital estructural es la más fortalecida en las organizaciones, de tal manera se tiene que trabajar en las dos dimensiones restantes para lograr mejorar la competitividad en las empresas.

Ahumada y Perusquia (2014) indica que es de gran importancia efectuar una evaluación respecto a la función de los activos intangibles en una organización ya que permite determinar habilidades entre la creación de valor en relación a la comprensión y los componentes de adquisición de este en las organizaciones, especialmente en la sección de tecnologías de indagación en la municipalidad de Tijuana B.C. La problemática trata en la utilización de la gestión del conocimiento como factor fundamental de la competitividad de la empresa, ya que se ha evidenciado que existe deficiencia. Para ello otorga un método conceptualizado de la manera en que las organizaciones de la sección tecnológica implementan su capacidad desde el punto de vista de la gestión del conocimiento empleando para ello la razón de los negocios.

Castellanos, Helena y Cuesta (2016) afirma lo siguiente que las Pymes en Colombia no están ajenas a la incorporación de las TIC en la cotidianidad de sus funciones, para ello la ausencia de normas claras, de transformación, el miedo a innovar y la inexperiencia de trascendencias y escasa cultura tecnológica genera que el progreso no sea el adecuado, ya que este tipo de organizaciones se centran más en calidad, costos y cuidado personalizado a los clientes sin acapararse de aplicaciones o sistemas informáticos, lo que ocasiona que sean menos profesionales en un mercado que requiere presencia, no únicamente virtual, sino también físico. Por eso se tiene que fortalecer en las Pymes una cultura en relación a la relevancia de poseer las tecnologías de información con el fin de mejorar los procesos y satisfacer a los clientes, se transforma en un desafío tanto para los empresarios como para el estado, con la finalidad de crear normas de inserción y eliminar paradigmas, fundados en la oferta de servicios tecnológicos que logre optimizar los indicadores de modernización de las Pymes.

1.1.2 Contexto Nacional.

Ferrin (2018) manifiesta que el sector de las Micro y pequeñas organizaciones en Ecuador forman una significativa contribución para la economía nacional, y para la creación de empleos. La mayoría de Mypes y en especial las concernientes con el sector principal de los

Semielaborados de Tagua su problema radica en que están amenazadas a no sobrevivir debido al incremento en los niveles de competitividad global, muestran errores en relación al capital humano e institucional, tienen una debilidad en la política gubernamental de transparencia respecto a las actividades económicas, poco impulso en los servicios financieros de las Mypes a través de planes orientados, a tasas existentes y competitivas de mercado. Para ello es necesario aprender el capital intelectual y la manera en que impacta en la competitividad, ya que permitirá fortalecer a las Mypes y tendría un efecto multiplicador para el país.

Chávez (2017) indica que la empresa Zwei Hunde Ingenieros ubicada en Lima dedicada a otorgar soluciones integrales en infraestructura hospitalaria, la empresa conoce perfectamente el rubro, sin embargo existe una competitividad baja en la actualidad, en el departamento de operaciones ya que la organización no tiene un método para trabajar, para ello hay un trabajo secundario que se imputa a fallas que se logren poseer en la forma de realizar algún servicio, es decir, a los movimientos innecesarios ya sea de las personas, de los dispositivos, de los materiales y lo más relevante pérdida de tiempo. De tal manera es necesario implementar un plan de mejora en relación al fortalecimiento del capital intelectual en la organización con la finalidad de incrementar la competitividad ya que a través del cambio de un proceso se convertirá y será más efectivo, eficiente y adaptable, se optimiza la calidad, va disminuyendo costos e incrementa la producción, por tal motivo, la organización tendrá mayor capacidad dentro del sector.

Tapia (2016) manifiesta que el capital intelectual es muy relevante ya que influye en la calidad de atención de los clientes y su nivel de complacencia, de igual manera está relacionada con la competitividad, en tal sentido el capital intelectual promueve la calidad de los servicios de la Municipalidad Provincial de Puno. Para este dilema la problemática se centra en que las municipalidades carecen del desarrollo y las situaciones solicitadas con el fin de lograr combatir de forma idónea con las instituciones privadas. Este contexto está relacionado con la optimización de su oferta de servicios y productos que otorguen los municipios locales. En la investigación ejecutada se demostró que en la municipalidad hay una carencia de calidad y por consiguiente el índice de insatisfacción son altos. En este caso se recomienda desarrollar un sistema de progreso continuo en el talento humano y en los procesos que se realizan.

Limache (2017) manifiesta que las MIPYMES en Tacna se encuentran dentro de la estructura económica del país, que en la actual coyuntura desempeña un papel relevante con una concepción nueva de la capacidad y competitividad. Las pequeñas empresas representan aquellas organizaciones idóneas de acomodarse a los cambios tecnológicos, y de crear trabajo, por lo cual constituye el elemento más relevante en la política de redistribución de entradas a las secciones medios y de ingresos bajos, lo que representa el progreso económico del país. La problemática radica en que las pequeñas y medianas empresas cuentan con tecnologías obsoletas, atrasadas, bajo uso de técnicas de gestión y alto gasto de créditos, lo cual es un escenario complejo para su desempeño y en consecuencia su bajo nivel de competitividad. Para ello se propone un Plan de Desarrollo Microempresarial para elevar el nivel de Competitividad, mediante programas de fortalecimiento del capital intelectual, programas de apoyo financiero, etc.

Pastrana (2015) afirma que la mayor parte de las instituciones, en especial las universidades con carreras acreditadas de ingeniería industrial en el Perú, enfrentan desafíos que exigen permanentemente, el hallazgo y medición del Capital Intelectual, la mayoría de instituciones no saben con exactitud cómo gestionar la información complementaria y el conocimiento valioso, lo que ocasiona que disminuyan su competitivas. Por tal motivo es necesario que las organizaciones implementen un método que les permitan evaluar el Capital Intelectual, identificando esos recursos intangibles que generan gran valor y promueven al éxito, de tal manera que les permita adquirir niveles de competitividad y sostenibilidad en el tiempo.

1.1.3 Contexto Local.

La empresa ARECO SAC es una empresa lambayecana ubicada en la av. Petroglifos 150 Santa Victoria Chiclayo, se halla en el sector de diligencias de arquitectura e ingeniería y actividades ligadas de consultoría técnica. Empezó sus funciones económicas a partir del 01/05/2013 y sigue vigente hasta la actualidad. Se encuentra asentada en el Registro Nacional de proveedores del gobierno. Esta empresa está conformado a su vez por tres consorcios: Consorcio Huascarán, Misti y Marañón.

La poca inversión en innovación y en activos intangibles es realmente un problema que por ende disminuye la competitividad en las organizaciones, es decir si la empresa no invierte en la adquisición de tecnologías, en su capital intelectual, no va a poder formular e implementar estrategias que conlleven de manera satisfactoria a elevar su competitividad.

En relación a la competitividad se ha podido observar, que en la empresa ARECO SAC, se ha experimentado algunas deficiencias respecto a su nivel de competitividad debido al bajo rendimiento de los colaboradores, toda vez que no realizan sus labores adecuadamente como la empresa requiere, lo que hace suponer que no han desarrollado en su totalidad sus capacidades, y por consecuencia disminuirá la rentabilidad de la empresa. Este problema también se ocasiona por la carencia de un método de medición del capital intelectual especialmente afiliado que les acceda evaluar y conocer su nivel de competitividad.

De seguir predominando esta situación la misma empresa puede perder la demanda de sus clientes que posee, por lo que en esta investigación se propone elaborar estrategias de capital intelectual, lo cual le permitirá a la empresa mejorar su nivel de competitividad y diferenciarse de la competencia.

Es por ello que los recursos inmateriales es la parte fundamental en la organización, la cual está constituida por las distintas formas de conocimiento e información que tienen las personas y las organizaciones, de igual manera contribuyen a alcanzar un alto lugar competitivo en el mercado.

A nivel de personas el capital intelectual y humano es importante dentro de una organización, puesto que la formación técnica de conocimiento y de igual forma de valores es importante para el compromiso de las personas con relación a la organización y viceversa. Y a nivel de empresa los elementos para ampliar el capital intelectual, es apostar por la investigación, innovación.

1.2. Trabajos Previos

1.2.1 A Nivel Internacional.

Martínez (2017) respecto a sus estudio “Medida y gestión del capital intelectual en las organizaciones de Educación Superior (IES) de las Fuerzas Militares de Colombia”, tiene

por objetivo general identificar las variables principales que intercede en el proceso, para brindar alineación en relación al progreso de la calidad educativa de la IES, el tipo de investigación es descriptivo, la población aquellas organizaciones de Educación Superior de las Fuerzas Armadas de Colombia: IES de la Armada, IES de la Policía Nacional e IES de la fuerza Aérea, como resultado en su investigación se obtiene las siguientes conclusiones en los inicios del siglo XXI, la casa de estudio está enfrentando problemas que no logra controlar con aquellos recursos, herramientas y elementos que posee, debido a los diversos cambios la universidad es afectada internamente, de tal manera la casa de estudio inicia a fortalecer su misión y las labores e implementar las tácticas necesarias respecto a su gobierno, a la implementación de tecnologías de la información y la comunicación nuevas y a las relaciones con el sector privado.

León (2016) en su tesis “Propuesta de tácticas competitivas para pequeñas organizaciones del sector de la construcción. Caso: Galeontech Cía. Ltda”-Ecuador, tiene por finalidad efectuar una propuesta de tácticas competitivas con el fin de aumentar las ventas en pequeñas organizaciones del sector de la construcción. Caso Galeontech Cía. Ltda, el tipo de investigación es correlacional, con un enfoque mixto, ya que se utiliza los enfoques cuantitativo y cualitativo, de acuerdo al estudio realizado se obtuvo como conclusiones que el estudio de las primordiales teorías en relación con el estudio logra asociar la conceptualización de tácticas competitivas con su diseño para las organizaciones del sector construcción concretamente Galeontech Compañía Limitad, la empresa actualmente posee deficiencias en cuanto a los elementos organizativo, estratégico, comunicación, de recursos humanos y gestión ambiental. El plan se orienta en 4 aspectos fundamentales: recursos humanos, organizativos, mercados y tecnológicos.

Morán (2016) en su tesis “Capital intelectual y Productividad financiera en las organizaciones del Sector Construcción Petrolero de la municipalidad Jesús Enrique Lossada - Venezuela “,cuyo objetivo general es analizar el capital intelectual y la productividad financiera en las organizaciones del sector de construcción petrolero de la municipalidad Jesús Enrique Lossada, el tipo de investigación es exploratoria ,se señala como de campo debido a que los datos fueron obtenidos al aplicar técnicas de recolección directamente donde se presenta la realidad estudiada, el estudio tiene un diseño no experimental, la totalidad del estudio está

constituida por 9 personas, además, se toma como población documental los estados financieros para los ejercicios 2014-2015 de las empresas observadas, de acuerdo a los resultados se concluye que dentro de estas empresas la productividad laboral se basa en la contratación de recurso humano capacitado e idóneos con diversas habilidades óptimas para lograr la competitividad; con el propósito de alcanzar los objetivos determinados.

Amaya, Pozo y Zelaya (2015) respecto a su estudio “Competitividad de las organizaciones comercializadoras de materiales de construcción legítimamente formadas en la ciudad de Estelí –Nicaragua”, tiene por finalidad saber las habilidades organizacionales efectuadas por las organizaciones que se dedican a la comercialización de materiales de construcción en la ciudad de Estelí, el estudio de indagación es de enfoque cuantitativo, la población a estudiar está conformada por 30 negocios, para establecer la muestra se utilizó el muestreo probabilístico, dando como resultado 28, de acuerdo al estudio realizado se concluye que las organizaciones comercializadoras de materiales de construcción de la ciudad de Estelí usan sus tácticas competitivas como son: adecuada atención a los clientes, ejecución de incentivos, multiplicidad de materiales y beneficios agregados los cuales acceden a lograr una mejor captación de clientes y retener a los que tienen.

Otalvarez (2015) en su investigación “Análisis del Capital Intelectual en las empresas –Colombia”, tiene como finalidad analizar la relevancia del capital intelectual en las empresas, el tipo de investigación es descriptiva, la totalidad del estudio fueron aquellas documentaciones indagadas en los cuales se basaron para efectuar aquella monografía, de acuerdo al estudio realizado se obtuvo las siguientes conclusiones se analizó los distintos métodos de evaluación, medición del capital intelectual, en las cuales resaltaron el Balanced Scorecard, Intellectual Assets Monitor y el Modelo Intellectus, ya que tienen elementos que orientarán el proceso en la parte interna de las empresas, de igual manera consienten establecer el valor agregado que arroja dicho capital, que sirve de gran apoyo porque acrecienta el valor de la organización y por consiguiente es un buen instrumento para la toma de decisiones.

Combariza, Molano y Niño (2014) respecto a su estudio “La Valoración de Capital Intelectual en las Pequeñas y Medianas organizaciones de la Provincia de Sugamuxi – Colombia”, tiene como finalidad establecer el método idóneo para la valoración de capital

intelectual, aplicable a las PYMES de la provincia del Sugamuxi, el estudio es de tipo descriptivo – explicativo , la totalidad del estudio es 215, para fijar la muestra se utilizó la metodología del muestreo aleatorio simple estratificado, la cual es de 138, de acuerdo a los resultados se obtuvo las siguientes conclusiones las pequeñas y medianas organizaciones de la provincia del Sugamuxi se identifican por ser empresas dinámicas, elásticas y abiertas a los cambios, su estructura financiera se basa en el apalancamiento interno y poseen recursos físicos e intangibles; su ventaja se centra en el desarrollo institucional. Para ello, necesitan una evaluación a profundidad del capital intelectual.

Pietrosemoli (2014) respecto a su investigación “Método de Gestión del Conocimiento para la Competitividad del Sector de las Construcciones Petroleras, Petroquímicas y Energéticas Venezolanas-España”, tiene por finalidad plantear un método hipotético de gestión del conocimiento para el sector de la construcción petrolera , petroquímica y energética venezolana, la indagación es de tipo descriptivo, el diseño del estudio es no experimental , ya que las variables se observaron sin necesidad de manipularlas, la totalidad del estudio está conformado por representantes de 95 empresas, de acuerdo a los resultados se concluye que los estudios realizados ayudaron a confirmar que el sector descrito posee grandes volúmenes de conocimientos ,aprendizajes y lecciones estudiadas de los que con periodicidad no se aprovecha su valor añadido, que está por encima de los recursos físicos.

1.2.2 A Nivel Nacional.

Rivasplata (2018) respecto a su indagación “El Capital Intelectual en la Competitividad de las Empresas .Una Revisión Sistemática”-Trujillo, tiene como finalidad establecer y disentr los aspectos metodológicos y hallazgos primordiales de las indagaciones referentes al estudio conjunto de capital intelectual y competitividad, la indagación es de tipo correlacional y el diseño es no experimental, la población objeto de estudio está conformado por 50 artículos , de acuerdo a los resultados se concluye que el capital intelectual se encuentra asociado con la competencia de las organizaciones, pero no interviene claramente en la competitividad de los distintos sectores de las organizaciones, no obstante los elementos intermediarios depende del rubro de la organización.

Obregón (2017) respecto a su estudio “La gestión de Calidad y Competitividad de las Micros y Pequeñas organizaciones del Sector Servicio Rubro Alquiler de Maquinarias y Equipos de Construcción en el distrito de Independencia 2016 –Lima”, cuya finalidad es fijar la relación que hay entre la gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas organizaciones del sector servicio rubro alquiler de maquinaria y equipos de construcción en el distrito de Independencia en el 2016, el tipo de estudio es correlacional con enfoque cuantitativo, el diseño es no experimental y transversal, la totalidad del estudio estuvo conformado por 230 directivos y colaboradores de las 70 micro empresas constructoras, la muestra es de 144, de acuerdo los resultados se concluye que el estudio realizado demuestra que las personas encuestadas tienen conocimiento de la calidad del servicio y la competitividad en las micro organizaciones de construcción y alquiler de maquinarias en la ciudad de Huaraz en el 2016.

Castillo (2017) en su investigación “El capital intelectual y la gestión gerencial en el Municipio de San Juan de Lurigancho 2015 -Lima “, tiene como finalidad establecer la relación del Capital Intelectual en la Gestión gerencial en el Municipio de San Juan de Lurigancho, la indagación es de tipo descriptivo correlacional y el diseño no experimental-transversal, la totalidad de la investigación está conformada por la totalidad de 21 Gerentes que son los gestores en el Municipio de San Juan de Lurigancho, de acuerdo al estudio realizado se concluye que el Municipio de san Juan de Lurigancho, carece de un plan estratégico que relacione al capital intelectual en plan de desarrollo de su Estructura Organizativa, de RRHH, de igual manera ; con una estrategia que permita fortalecer el dialogo con la comunidad, por lo que es importante capacitar a todos los gerentes en temas de liderazgo y conceptos sobre el manejo de los inmateriales que forman el capital intelectual.

Paico y Rodríguez (2017) en su estudio “Formulación de un Plan Estratégico y su Influencia en la Competitividad de la Empresa Constructora Ingenieros Civiles Industriales S.A-Trujillo”, tiene por finalidad establecer que la formulación de un plan estratégico accederá optimizar la competitividad de la empresa ICISA, el tipo de investigación es aplicada, el método deductivo e inductivo, la totalidad del estudio estuvo constituido por las 5 áreas de la empresa: recursos humanos, operaciones, finanzas, logística y marketing en el periodo 2011 – 2016, de igual manera la muestra, de acuerdo a los resultados se obtuvieron las siguientes conclusiones se determinó que la empresa ICISA, tiene una estructura institucional simple, ya

que únicamente cuenta con un grupo reducido de profesionales comisionados de velar por la consecución de los objetivos de la empresa, mediante la propuesta del plan estratégico apoyará precisar las directrices y tácticas necesarias para optimizar la competitividad de la empresa ICISA en la ciudad de Trujillo.

Velásquez (2017) en su investigación “Productividad y su Relación con la Competitividad en la Industria metal mecánica de la Provincia de Trujillo, en el año 2016 “, tuvo como objetivo general estudiar la relación entre la productividad y la competitividad en la industria metal mecánica de la provincia de Trujillo, con el propósito de ayudar en el proceso de toma de decisiones institucionales, el estudio es de tipo correlacional y el diseño no experimental - transversal, la totalidad y muestra las conforman las dos organizaciones con sus relativos representantes legales y sus informes mensuales de producción del año 2016, de acuerdo a los resultados se concluye que la productividad si se relaciona con la competitividad esto se da ya que hay una correlación directa con un 0.949, por lo cual se recomienda a las gerencias promover la optimización en la productividad para lograr la competitividad de su organización.

Ley (2017) en su estudio “Modelo de Capital Intelectual para Valorizar las organizaciones del Sector de Servicios de Mantenimiento Electromecánico Caso: Coprosur Ings S.R.L –Arequipa”, cuya finalidad es determinar que el Modelo de Capital Intelectual accede una idónea valorización en las organizaciones del Sector de Servicios de Mantenimiento Electromecánico caso: Coprosur Ings. S.R.L, el tipo de investigación es descriptiva ya que recoge datos del objeto en estudio, la totalidad del estudio está constituida por 42 personas, de acuerdo a los resultados se finaliza que el modelo del Capital Intelectual logra medir de manera idónea las organizaciones, ya que están conformadas por el Capital Humano, Capital Estructural y Capital Relacional que le agregan valor; considerando en este caso al Sector de Servicios de Mantenimiento Electromecánico empresa Coprosur Ings. S.R.L.

Aliaga (2016) en su investigación “Capital intelectual y Productividad laboral en el Centro materno Infantil – Santa Anita, 2015-Lima”, tiene como finalidad determinar la relación entre la Gestión del conocimiento y la productividad laboral en el Centro Materno Infantil – Santa Anita, 2015, el estudio es de tipo descriptivo correlacional , el enfoque es

cuantitativo y el diseño de la investigación es no experimental , la muestra está constituida por 120 colaboradores del Centro materno Infantil – Santa Anita, 2015, de acuerdo a los resultados se concluye que hay relación directa y explicativa entre el capital intelectual y la productividad laboral en el Centro Materno Infantil – Santa Anita, 2015.

1.2.3 A Nivel Local.

Flores y Silva (2018) respecto a su estudio “La Responsabilidad Social organizacional para Aumentar la Competitividad en la Empresa Helatonys - Chiclayo 2016”, tiene como finalidad diseñar habilidades de Responsabilidad Social organizacional para incrementar la competitividad en la empresa Helatonys, el estudio es de tipo descriptivo, el diseño no experimental ,la población es de 400 personas y la muestra de 103,de acuerdo a los efectos logrados se concluye que se tiene que aplicar el plan de establecer un programa de capacitación a los proveedores de leche de la empresa Helatonys ubicados en Cañarís y Incahuasi, ya que se busca disminuir el nivel de pobreza y otorgarle un valor agregado al producto que ellos ceden a la institución. De igual manera se ejecutará programas y/o campañas de salud, con la finalidad de beneficiar y asegurar a los alumnos de etapa escolar del nivel primario y secundario, accediendo de esta manera aprender en buenos contextos saludables, siendo favorecida las zonas de bajo nivel escolar ayudando así con la Responsabilidad Social para optimizar de forma positiva la sociedad.

López y Vásquez (2016) en su estudio “Análisis de la Competitividad de la Empresa Agropucalá S.A.A. usando el Método del Diamante de Porter en el Periodo 2010 – 2013 -Pucalá “, tuvo por finalidad determinar el nivel de competitividad de la empresa Agropucalá S.A.A. utilizando el Modelo del Diamante de Porter, la investigación es de tipo no experimental cuantitativa, , la totalidad del estudio está conformado por 274 trabajadores ,de acuerdo a los resultados se concluye que la empresa solicita una proposición para que apoye en optimizar los elementos de la competitividad, optimizando y aumentando su competitividad respecto a sus competidores y en el rubro donde participa.

Rodríguez y Santisteban (2015) en su investigación “Estrategias Organizacionales y Competitividad de la Constructora Rocar-Ferreñafe”, tiene como finalidad establecer la relación entre las estrategias organizacionales y competitividad de la Constructora

Rocar- Ferreñafe, el tipo de investigación es correlacional ya que accedió medir el grado de relación entre las estrategias organizacionales y la competitividad, la totalidad del estudio está conformado por 20 trabajadores de la constructora Rocar , de acuerdo a los resultados se concluye que en el análisis de la estrategia organizacional de la Constructora Rocar es importante conocer el funcionamiento de este entorno, así como la medida en que sus fuerzas se relacionan con la empresa y afecta su forma de operar, la empresa debe comprender que la planeación estratégica es una herramienta que busca optimizar para el mañana, las tendencias de hoy, guiado por una misión y visión.

Dúarez (2015) en su estudio “Estrategias de Marketing Directo para la Competitividad Empresarial de la Discoteca Dejavu S.A.C. – Chiclayo”, tuvo como objetivo general proponer estrategias de marketing directo para la competitividad empresarial de la discoteca Dejavu S.A.C – Chiclayo, el tipo de investigación es descriptivo y propositivo, con un diseño no experimental, la población objeto de estudio está conformada por 167 personas, de acuerdo a los resultados se obtuvo las siguientes conclusiones que las estrategias de marketing directo para la discoteca Dejavu S.A.C – Chiclayo, tienen que desarrollarse especialmente por el internet, puesto que la mayoría de clientes lo manifiestan de esa manera (90%), de tal manera las redes sociales es la principal herramienta del marketing directo de la empresa ,sin tener que dejar de lado los medios tradicionales como los medios escritos y la radio.

Jacinto y De los Santos (2015) en su investigación “Estrategias de Marketing Relacional para la Competitividad de la Empresa MC Express –Chiclayo”, tuvo como objetivo general diseñar estrategias de marketing relacional para la competitividad empresarial en la Empresa MC EXPRESS – Chiclayo, la población objeto de estudio es de 50 clientes de la empresa , de acuerdo a los resultados se obtuvo las siguientes conclusiones que los administrativos y colaboradores de la empresa frente a los clientes tienen un nivel bajo de conocimiento sobre lo importante que es el marketing relacional, de igual manera la propuesta planteada sobre estrategias de marketing relacional para incrementar la competitividad, producirá un cambio favorable en los administrativos y colaboradores de la empresa sobre cómo mantener relaciones duraderas y rentables con los clientes.

Távora y Vásquez (2014) en su investigación “Propuesta de un Plan Estratégico para mejorar la Competitividad del Servicio de la Constructora Ingcooper S.A.C, Chiclayo 2014”, tuvo como objetivo general proponer un plan de estrategias de servicio para mejorar la competitividad de la constructora Ingcooper SAC, Chiclayo – 2014, el tipo de investigación es no experimental, la población objeto de estudio es de 24 trabajadores, de acuerdo a los resultados obtenidos se concluye que al término del desarrollo del plan de estrategias de servicio para la mejora de la competitividad de la constructora se encontró que existe una influencia significativa en el desarrollo de actividades con los trabajadores de la constructora, determinando que la aplicación de las estrategias de servicio permitirá obtener trabajadores competitivos que brinde un servicio de calidad a los clientes.

1.3. Teorías relacionadas al Tema

1.3.1 Teoría del Capital Intelectual.

Según Swart (2006) menciona que el beneficio tangible en forma de productos y servicios de la organización y que el discernimiento y habilidades personal y colectivo se encuentran integrados dentro de estos productos y servicios. (p.69).

Según Euroforum (1998) es la unión de activos de una organización, que a pesar de que no se refleja en los informes financieros habituales, genera o crean valor en el futuro para la empresa. (p.31).

Según Brookings (1997) menciona que la unión de todos los activos intangibles que le genera a la organización marchar de manera eficiente. (p.25).

Según Édison y Malone (1999), el capital intelectual es la posesión, de las experiencias, conocimientos, tecnologías, relaciones con los clientes, y habilidades de cada uno del personal que generan una ventaja competitiva. Además, conceptualiza al capital intelectual a través de una metáfora “Una organización es como un árbol, existe una porción que es perceptible (hojas, frutas) y una parte invisible (raíces), si únicamente uno se preocupa por los frutos, el árbol puede morir. Para que el árbol se mantenga sano es importante que las raíces estén sanas y nutridas. Lo mismo sucede en las empresas no solamente hay que concentrarnos en los resultados financieros, sino la empresa desaparece del mercado, más bien darles mayor importancia a los valores escondidos “. (p.26)

1.3.1.1 Dimensiones del Capital Intelectual.

Según Euroforum (1998) al capital intelectual lo estructura de tres elementos importantes:

Capital Humano

Capital Estructural

Capital Relacional

Según Edvinsson y Malone (1997) el capital intelectual lo estructura en 6 factores:

Capital Humano

Capital Estructural

Capital Organizacional

Capital Clientela

Capital Proceso

Capital Innovación.

Según Brookings (1997) estructura al capital intelectual de una empresa en 4 categorías. (p.25):

Activos de Propiedad Intelectual

Activos de mercado

Activos centrados en el Individuo

Activos de Infraestructura

En definitiva, el capital intelectual viene hacer la unión de activos intangibles que, así no se reflejen en los informes financieros, genera valor para la empresa. (Euroforum 1998). Por lo tanto, debe estar compuesto de la siguiente manera.

1.3.1.1.1 El Capital Humano Según Edvinsson y Malone (1999) considera que esta perspectiva comprende el compromiso, las culturas, destrezas, y la capacidad de los colaboradores propios de la organización para efectuar el trabajo que tienen entre manos. (p.27).

Según Brookings (1997) es el elemento más importante dentro de una empresa, ya que representa la riqueza de la misma. Se aprecia el discernimiento y destrezas que posee y logren alcanzar a crear los colaboradores para desarrollar sus funciones dentro de la empresa (p.25).

Según Euroforum (1998) La estructura humana está conformado por el compromiso, cumplimiento de los objetivos, clima laboral, motivación, capacitación, y remuneración, los cuales son aspectos fundamentales para la persona realicé sus puestos dentro de una organización y por consiguiente alcance los objetivos establecidos. (p.32).

A continuación se detalla los indicadores del capital humano (Euroforum 1998 pg.32).

Compromiso: Es la manera en que un colaborador se identifica con la empresa, de tal manera que la relación que exista entre ambas partes conlleven al logro de los objetivos. (p.32)

Cumplimiento de los Objetivos: El logro de un objetivo conlleva a la superación de dificultades y obstáculos de un determinado plan o proyecto. (p.32).

Clima Laboral: El clima laboral forma parte de los factores más relevante de una organización, es el lugar físico o ambiente en donde desarrollan sus funciones los colaboradores. (p.32).

Motivación: Es un estado interno que mueve a las personas al logro de un objetivo establecido. (p.33).

Capacitación: Son actividades dinámicas realizadas en una organización con la finalidad de ampliar los conocimientos, habilidades de los colaboradores. (p.33).

Remuneración: Es la retribución que recibe un trabajador por un servicio brindado en una organización. (p.33).

1.3.1.1.2 El Capital Estructural: Según Edvinsson y Malone (1999) las herramientas, bases de datos ,programas, estructura organizacional, patentes, marcas de fábrica y todo aquello que se encuentra dentro de la organización que soporta la productividad de sus colaboradores -en decir , todo aquello que se queda en las oficinas cuando los trabajadores se retiran a sus hogares. El capital estructural contiene el capital clientela, las relaciones establecidas con los clientes clave. A diferencia del capital humano, el estructural sí le pertenece a la organización y por lo que se puede negociar. (p.28)

Según Brooking (1997) este factor contiene factores que precisan la manera del trabajo en una empresa: filosofía de gestión, cultura corporativa, tecnología de la información, sistemas de interconexión y relaciones financieras. (p.27).

Según Euroforum (1998) el componente estructural está integrado por las capacidades organizacionales o planeación estratégica creadas para satisfacer las exigencias del entorno, de igual manera también el conocimiento capturado por la organización, las bases de datos, equipos, maquinarias, la propiedad de la empresa, es decir todos los bienes que ayudan a los colaboradores a realizar sus actividades. Este capital es importante para que se logre desarrollar las tareas diarias, ya que sin estos bienes el personal no lograra desarrollar sus actividades y por ende la empresa va a perder muchas oportunidades. (p.34).

A continuación se detalla los indicadores del capital Estructural (Euroforum 1998 pg.34).

Planeación estratégica: Es un proceso que radica en definir por parte de los individuos responsables las estrategias y políticas de una organización con el fin de lograr con las metas establecidas en un periodo terminado. (p.34).

Bases de Datos: Es un instrumento de gran utilidad para las organizaciones, ya que en ella se almacena informaciones de manera ordenada, en la que un programa de ordenador pueda seleccionar de manera rápida la información que se requiere. (p.34).

1.3.1.1.3 El Capital Relacional: Según Edvinsson y Malone (1999) manifiesta que esta dimensión está conformada fundamentalmente por la valorización creado de las interrelaciones de la organización con los usuarios. (p.29).

Según Brooking (1997) son elementos fundamentales que otorgan a una organización una ventaja competitiva en el mercado pues de esta manera asegura que los clientes conozcan la organización y el desarrollo de su actividad. Estos elementos están compuestos por el nombre social de la organización, fidelidad de los clientes, medios de entrega de los productos o servicios, reserva de pedidos licencias y franquicias. (p.28).

Según Euroforum (1998) son las relaciones que la organización sostiene con la parte externa (usuarios, competidores, proveedores). Esta dimensión como depende de la relación con terceros la empresa no va a poder controlar. (p.35).

A continuación se detalla los indicadores del capital relacional (Euroforum 1998 pg.35).

Clientes: Son aquellas personas que entrega cierta cantidad de dinero a cambio de un servicio o bien. Para retener a los cliente una organización tiene que implementar diversas estrategias. (p.35).

Proveedores: Son aquellas personas o empresas que se encargan de abastecer a otra organización con insumos o servicios directamente relacionado con el desarrollo de su actividad. (p.35).

Competidores: Pueden ser personas, empresas o productos que poseen similares características y que tratan de satisfacer las necesidades de un mercado objetivo. (p.35).

Servicio Post Venta: Consiste en seguir brindando atención a un cliente después de haber realizado una compra. Para una organización es parte de sus estrategias, ya que sirve para incrementar su fidelidad y así poder retenerlos. (p.35).

1.3.1.2 Modelo de Medición del Capital Intelectual.

Según Gonzales (1999) se refiere a instrumentos que se elaboran para ayudar a comprender el contexto, es decir marcos de referencia y guías para la acción”. (p.132).

Según Kaplan y Norton (1993) manifiesta que uno de los motivos por lo que las empresas usan herramientas que sirve para medir el capital intelectual es con el fin de identificar el “capital oculto”.

El uso de los métodos de medición es doble: primero lograr mejorar la competitividad, lo cual es posible en el momento de reunir de manera explícita los elementos más relevantes de la empresa, facilitando la valoración de la empresa, en segundo instante preparar informes de capital intelectual que permitan tomar las decisiones correctas.

Existen varios métodos para medir el capital intelectual, entre ellos tenemos los siguientes:

1.3.1.2.1 Modelo de Skandia.: Según Edvisson (1997) Skandia AFS es una organización sueca de seguros y es líder en el desarrollo e implementación de métodos que sirven para medir el capital intelectual.

Esta herramienta es el primer modelo holístico y dinámico del capital intelectual. En el año 1991 Skandia AFS pactó a Leif Edvinsson para que diseñe una forma de medir el proceso de creación de activos en la organización. (p.371).

Anteriormente en los métodos habituales se usa únicamente el capital financiero, sin embargo la organización Skandia propuso el #Esquema Skandia de valor “, en la cual el capital intelectual lo compone el: capital humano y capital estructural, la cual se fracciona en capital de clientes e institucional en otras palabras aquello que le pertenece a la empresa. El capital institucional se estructura en capital de procesos, cultura y capital de innovación (patentes, derecho de marca, etc.).

Conforme al informe de capital Intelectual de Skandia (1998), el C.I aparece en el procedimiento para crear valor en la que se interrelaciona el capital estructural y capital humano, en la cual la innovación incesante convierte el conocimiento personal en valor perdurable en la organización.

Es relevante que el capital humano se convierta en capital intelectual, por ende, es vital que los dirigentes de la empresa brinden sistemas de trabajo para que pueda proporcionar la transformación de las habilidades personales en capital organizativo. Skandia desarrollo un modelo de planificación empresarial que le permite orientarse al futuro como lo indica en su relato (1996) brinda un reflejo equilibrado de las actividades: proporción entre lo ocurrido (enfoque financiero), el presente (enfoque humano, del cliente y de procesos) y lo que sucederá (enfoque de renovación y desarrollo).

Skandia Navigator accede separar la visión y los objetivos completos de la organización en elementos más concreto que se puede conectar con el grupo de trabajo.

Edvinsson y Malone (1997) propone una igualdad para determinar el capital intelectual de una organización.

$$\text{Capital Intelectual Organization} = i \times C, i = (n/x)$$

En la cual C es el valor del C.I en unidades económicas, i es el coeficiente de eficiencia, n es la sumatoria de los valores decimales de los nueve índices de eficiencia planteados por los escritores, y x es el número de esos índices. El elemento de esta igualdad se va obtener desde los indicadores establecidos para cada uno de los enfoques.

El coeficiente de eficiencia del C.I (i) es el detector auténtico de la igualdad. La variable absoluta (C) muestra la responsabilidad de la empresa en el futuro, la variable eficiencia (i) relaciona estas aseveraciones.

1.3.1.2.2 Modelo de Dirección Estratégica por Competencia: Según Bueno (1999) diseño este método de dirección estratégica por capacidades, el cual está compuesto por 4 elementos: Capital humano, capital organizativo, capital tecnológico y capital relacional, los cuales muestran los 3 pilares vitales de dirección estratégica por capacidades: Conocimientos (Co), Capacidades (Ca), Aptitudes y valores (A).

$$CI = CH+CO+CT+CR$$

Donde:

CH = Capital humano

CI= Capital intelectual o intangible

CO = Capital organizativo

CT = Capital tecnológico

CR = Capital relacional

Reemplazando los elementos de la Competencia básica distintiva (BCD = A+ Co+Ca) en la igualdad anterior:

$$CI= [A^h + Co^h + Ca^h] + [A^o + Co^o + Ca^o] + [A^t + Co^t + Ca^t] + [A^r + Co^r + Ca^r]$$

Siendo:

h = superíndice que indica las competencias de los individuos, sumatoria de actitudes, valores

o = superíndice que expresa las competencias de la empresa, suma de actitudes, del CI y de sus capacidades.

t = superíndice que indica las competencias tecnológicas, suma de actitudes, de los conocimientos tecnológicos.

r = superíndice que enuncia las competencias relacionadas, sumatoria de actitudes, de la visión estratégica, de los conocimientos asociados.

1.3.1.2.3 Modelo de Technology Bróker: Annie Brooking es directora y fundadora de la Consultora The Tecnólogo Broker (Reino Unido), líder en servicios de desarrollo, diseñó un método para medir de los activos intangibles. Las medidas del C.I son de gran utilidad por los siguientes motivos:

Planifican la el desarrollo y la indagación.

Validan la capacidad de la organización para lograr los objetivos.

Abastecen la información para planes de reingeniería

Proporcionan un foco para educación y planes de alineación

Calcula el valor de la organización.

Según Brookings (1996) manifiesta que el Capital Intelectual está compuesto por 4 elementos: activos humanos (conocimiento, formación profesional), activos de mercado (clientes, marcas etc.), activos de participación intelectual (secretos comerciales, patentes etc.), y activos de infraestructura (cultura organizativa, filosofía organizativa). p (25).

De igual manera que el método de Skandia el Modelo Technology Broker presume que la sumatoria del Capital Intelectual y los activos intangibles configura el valor de mercado de la organización. A diferencia de los otros modelos, examina una lista de asuntos cualitativos, sin llegar a la conceptualización de indicadores cuantitativos, también asegura que el progreso de métodos para verificar los datos, es un punto vital a la divulgación del cálculo del capital intelectual.

El objetivo de las organizaciones es obtener el mayor beneficio de sus activos, por lo que tiene que hacer que las metas de sus colaboradores se encuentren alineados a los de la organización.

1.3.1.2.4 Modelo Balance Bussines Scorecard.: Según Kaplan y Norton (1996) desarrolló un método de gestión empresarial denominado Cuadro de mando integral, la cual se fundamenta en estrategias. (p.12).

Las empresas tienen diferentes tipos de stockholders con los cuales interactúan para desarrollar sus negocios. El desarrollo del supuesto modelo es para obtener una empresa exitosa en la cual tienen que satisfacer los requerimientos de: los inversores que buscan rendimientos económicos, los usuarios que solicitan calidad a mediante la cuota de mercado y los trabajadores que anhelan un espacio de trabajo triunfante.

Este modelo brinda indicadores equilibrados que constituyen la visión de la organización constituida por 4 pilares: La perspectiva de los usuarios, perspectiva financiera, perspectiva interna y perspectiva del aprendizaje y crecimiento. Por cada perspectiva se crean los indicadores, de tal manera puedes ser financieros u operativos. Dentro de las operacionales se establecen los indicadores relacionadas a los usuarios, los que están en relación con los procedimientos internos y los relacionados a las distintas tareas de innovación y aprendizaje.

Los indicadores contemplados establecen causa- efecto que se ven reflejados en los resultados financieros. (p.19).

1.3.1.2.5 Modelo Canadian Imperial Bank: Según Saint Onge (1996) desarrollo un modelo que descompone al capital intelectual en 3 elementos: capital humano referente con las habilidades en los colaboradores para brindar medidas a los usuarios, capital estructural, aquellas capacidades que posee la empresa para poder operar en el mercado, y el capital cliente que se relaciona a la lealtad, cobertura de los usuarios.

El método estudia las funciones que cumple el discernimiento explícito y tácito en la producción del capital intelectual.

Para obtener beneficio el autor señala que se debe de ajustar el capital humano, capital estructural y capital cliente, esto se logra mediante la cultura que se comparten en una organización, cultura basada en los valores. (p.89).

1.3.1.2.6 Modelo Monitor de los Activos Intangibles: Según Sveiby (1997) en su método desarrollo un conjunto de indicadores que están agrupados por 3 elementos de gran utilidad para medir y gestionar los activos inmateriales.

La organización interna compuesta por medios administrativos e informáticos, redes internas, patentes y especialmente la cultura, estos elementos pertenecen a la organización.

Las competencias se refieren a las diferentes habilidades, capacidades, valores y experiencias que poseen las personas para actuar en diversas situaciones. Para este autor las personas son el agente verdadero del negocio, es decir el activo más relevante de una organización. La estructura Externa relacionada con los clientes y proveedores. (p.169).

1.3.1.2.7 Modelo Vaic: Según Nazarí y Herremans (2007) desarrollo el modelo Vaic (Coeficiente de valor agregado del capital intelectual) con la finalidad no solo de medir el capital intelectual sino de apreciarlo en relación a los efectos de la organización.

En el método el valor agregado es igual a la diferencia de las entradas (total de ventas o ingresos) menos la salida (costos de compra de materiales y servicios). Se calcula de la siguiente manera:

$$VA = OP + EC + D + A \text{ en donde:}$$

OP (utilidad operativa)

EC (costo de mano de obra)

A (amortizaciones)

D (depreciación)

El Vaic está constituido por el capital humano y el capital estructural y resalta el que no supone los gastos de colaboradores como parte del imput, ya que los toma como inversión.

La efectividad del capital humano (HCE) se calcula: $HCE = VA/HC$, donde VA es el valor agregado y HC es el total de sueldos y salarios, mientras que el capital estructural (SC) se calcula: $SC = VA - HC$.

Con base a esto la eficiencia del capital estructural (SCE) sería igual al capital estructural dividido por el valor agregado ($SCE = SC/VA$). Y por último la eficiencia del capital humano y del capital estructural ($ICE = HCE + SCE$).

1.3.1.3 Importancia del Capital Intelectual.

Según Rodríguez (2003) los activos inmateriales es la base para que la empresa obtenga ventaja competitiva. Bajo la denominación de capital intelectual se recogen los intangibles de la organización, aunque no se reflejan en los informes contables ayudan a crear valor. (p.63).

Hoy en día el capital intelectual es muy relevante ya sea para directivos, académicos y consultores de una organización, es decir los activos inmateriales están modificando la forma de administrar los negocios, diseñar productos, atraer clientes, ofrecer

productos y servicios e interrelacionarse con los usuarios, por lo que poseen discrepancias en las estrategias y toma de decisiones y en especial en el momento de crear valor. (p.63).

1.3.2 Competitividad.

Según Vicente (2009) manifiesta que la competitividad tiene como consecuencia en la manera de planear y generar cualquier decisión de negocio, lo que estimula una transformación en el método de la empresa y el empresario.

Según Porter (1991) indica que la competitividad se determina por la fertilidad con que una región, nación usa sus recursos de capital, humano y natural.

Según Labarca (2007) determina que la competitividad en la actualidad es un tema relevante en los diferentes sectores de actividad ya sea en las naciones desarrollados como en los subdesarrollados, esto conlleva a que las empresas sean eficaces y eficientes en la administración de sus recursos

La competencia es el principal factor de la competitividad, puesto que la rivalidad conlleva a las empresas a cambiar sus tácticas, redelinear sus procedimientos.

1.3.2.1 Elementos de la Competitividad.

Porter en su libro “La ventaja competitiva de las naciones “(1991) presenta los fundamentos de lo que es la competencia:

El bienestar de un país se sujeta de su competitividad, la cual se fundamenta de la productividad, con la que desarrollan productos y servicios. La competitividad se sustenta en bases microeconómicas de una nación. Dicha descripción presenta tres elementos importantes:

Productividad: la competitividad depende de la productividad con la que una nación usa sus recursos, es decir de la manera eficiente con la que se producen. Es un proceso amplio producto de las personas y de la sociedad.

Empresa: fuente principal para la generación de riqueza en la organización. La competitividad de los países se basa en la habilidad de las organizaciones que

tienen para competir. Ningún país es competitivo si sus empresas no lo son, más allá de tener eficiencia operativa, tienen que poseer un posicionamiento de estrategias único.

Localización: la ubicación en la que se localiza es un punto crítico para la productividad de la organización. Porter afirma que, con la globalización, la localización se ha vuelto muy importante. Cuando las organizaciones se internacionalizan tienen que tomar decisiones respecto al lugar de sus plantas industriales, outsourcing, etc.

1.3.2.2 Dimensiones de la Competitividad.

- Factores que Determinan la Competitividad

De acuerdo a los autores mencionan los indicadores relevantes que determinan la competitividad, a continuación, se detallan:

Flexibilidad: Según Crosby (1991) capacidad de la empresa o de las personas de adaptarse ante las fuertes exigencias del mercado y de la serie de productos o servicios que están a disposición de los clientes y consumidores.

Tecnología: Según Quintanilla (2004) la unión de base científica, que va a permitir detallar, revelar, diseñar y aplicar soluciones técnicas a dificultades prácticas de manera racional y sistemática.

Capacidades Directivas: Según Ferras (2013) la competitividad depende mayormente de las personas ya sea por sus habilidades, conocimientos, actitudes, por la capacidad de escuchar y comunicarse.

Recursos Humanos: Según Ferras (2013) para que las organizaciones alcancen el éxito competitivo, tienen que determinar las herramientas que logren captar postulantes calificados, detener, motivar y capacitar permanentemente a los trabajadores presentes e instituir mecanismo que permitan desplegarse de manera personal y colectiva.

- Ventaja competitiva de Michael Porter

Según Porter (1980) describe a la habilidad competitiva como los actos ofensivos o defensivos en una organización para lograr un punto de vista justificable en el sector en donde se desenvuelve.

Porter identifico 3 habilidades genéricas que se pueden utilizar de manera personal o colectiva, para establecer una posición defendible en el largo plazo, que superara a la competencia.

A continuación se menciona las siguientes estrategias:

Liderazgo en Costos: habilidad muy popular en la década de los 70. Conservar el costo más bajo frente a la competencia y conseguir un nivel elevado de volumen de ventas es la idea principal de la estrategia.

Si una organización posee un lugar de costos bajos, se espera que como consecuencia obtenga beneficios por arriba del promedio de la industria y la resguardara de las 5 fuerzas. En la medida en que la misma competencia se enfrentaba a través de rebajas de precio, sus beneficios se erosionaban hasta que aquellos que permanecían en el nivel más cercano al competidor más eficiente eran anulados.

Conseguir obtener un lugar de costo bajo requiere de una mayor colaboración relativa en el mercado u otro tipo de ventaja. Para realizar una estrategia de costos bajos se puede implicar grandiosas inversiones de capital en tecnología de punta, precios agresivos y disminuir los márgenes de beneficios para adquirir una mejor participación en el mercado.

La Diferenciación: Esta segunda habilidad consiste en crear en un producto o servicio algo les haga diferente y único en la industria. Constituye una barrera defensora contra los competidores debido a la lealtad de marca, la que como resultante debería producir una menor sensibilidad al precio. Diferenciarse representaba consagrar participación de mercado e implicarse en actividades costosas como indagación, diseños del producto, materiales e insumos de calidad o aumentar el servicio a los usuarios.

Algunas actuaciones buenas de la estrategia competitiva de la diferenciación pueden ser:- materias primas de mayor valor frente a los productos en el mercado-

un servicio más específico al cliente y capacitado para prestar más seguridad a los consumidores en el tiempo- ofrecer un diseño del producto exclusivo que sea un atractivo muy fuerte para los clientes. Es relevante recalcar que la diferenciación es una estrategia de alto costo y que eternamente puede florecer otra organización que se diferencie de la misma manera, en el caso se recae en una estrategia de liderazgo en costos.

El Enfoque: La tercera estrategia radica en concentrarse en un grupo de usuarios, o en un mercado geográfico y ofrecer el mejor producto. La estrategia se asentaba en la premisa de que la organización estaba en situaciones de servir a un objetivo estratégico más pequeño de manera más eficiente que las competencias. Como efecto, la organización se diferenciaba al brindar una mejor atención a las necesidades de un mercado-meta específico, o disminuyendo costos sirviendo a ése mercado, o ambas cosas.

- **Efectividad Empresarial**

Según Mott (1972) La efectividad es la destreza de una empresa para movilizar su centro de poder para la acción de producción y adaptación.

Para las organizaciones es un reto alcanzar la efectividad, ya que se requiere que la empresa sea eficaz y eficiente respecto a las funciones que realiza, y como resultado de esta práctica ayuda a aumentar la productividad. A continuación se mencionan sus indicadores:

Eficiencia: calcula la velocidad con que se realiza una labor, es decir utilizar la menor cantidad de recursos para crear la mayor cantidad de bienes o productos.

Eficacia: es la destreza o posibilidad de lograr un objetivo o fin.

1.3.2.3 Mejora Continua Empresarial.

Según Gutiérrez (2010) el resultado de una manera metódica de dirigir y optimizar los procedimientos, encontrando los orígenes, creando nuevas ideas o proyectos, realizando a cabo los programas, estudiando y experimentando de las consecuencias generadas, e igualando los efectos positivos para planear e inspeccionar el nuevo nivel de desempeño.

Este proceso de optimización consiste en tratar de buscar la manera de mejorar el funcionamiento de una organización a través del planeamiento estratégico.

Para crear una nueva cultura de mejora en una empresa no se realiza de un día para otro, cambiar la mentalidad, las técnicas, hábitos del individuo no establece un pequeño reto. Para que la empresa sea exitosa con la creación de una nueva cultura de mejora, es necesario el liderazgo estable y seguido que ayude la decisión, y colaboración activa en el plan. El desarrollo de la calidad no se logra obtener a través de un plan, sino que se refiere del efecto de un procedimiento de mejora continua.

Este liderazgo se tiene que producir en los horizontes políticos como en la alta dirección de la empresa, no se puede encomendar el compromiso, y por ende tienen que asumir la dirección de los trabajos sino no dará ninguna respuesta.

Existen múltiples métodos de mejora continua, la mayor parte se relacionan al progreso de la calidad de servicios o productos.

La metodología impulsada por Deming (1996) PDCA, es una manera de ver las cosas que logra apoyar a las organizaciones a revelarse a sí misma y orientar cambios que le tornen más competitiva y eficiente. El ciclo PDCA, es una estrategia de la mejora continua de la calidad en 4 pasos, es muy utilizado en las empresas para gestionar factores como los ISOS.

Las siglas PDCA significa planear, hacer, verificar y proceder.

Requisitos de la Mejora Continua:

Apoyo para la gestión.

Claridad en el compromiso.

Feedback

Poder de decisión para el colaborador.

Procedimiento original documentado y bien definido.

Transparencia en la gestión, etc.

1.3.2.4 Las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter.

Según Porter (1980) publicó su libro denominado “Estrategias Competitivas”, en la cual detallo la estrategia competitiva como: actos ofensivos o defensivos de una organización para generar una situación aceptable y superior en una industria y de tal manera que permita avanzar la realización de los colaboradores.

Estos actos eran la contestación a las nominadas Cinco fuerzas competitivas que Porter fijó como determinante de los competidores y de la naturaleza.

Estas fuerzas fueron creadas para calcular los beneficios de una organización con la finalidad de conocer el valor presente de la organización y la proyección al futuro.

La magnitud de las 5 fuerzas de Porter cambia de uno a otro sector y determina la utilidad a largo plazo del sector.

A continuación, se describirá las 5 fuerzas competitivas:

Amenaza de entrada de nuevos competidores: Porter explicó: Que cuando es más posible ingresar, mayor será la amenaza, son fáciles o no de franquear por los nuevos ingresantes que consigan llegar con mejores recursos y posibilidades para apropiarse de una parte del mercado. Para ello diseñó las barreras de ingreso:

Economías de escala

Diferenciación del producto

Los costos cambiantes

Los requisitos de capital

El acceso a los medios de distribución

Poder de negociación de los Proveedores: Concede a los proveedores de la organización los instrumentos para lograr un objetivo. Este poder de negociación se refiere a una amenaza generada por parte de los proveedores sobre la industria, a raíz del dominio que estos asignan. Algunos elementos asociados a esta fuerza son:

Diferenciación del producto

Congregación de los productos

Amenaza de unificación horizontal de los proveedores

Coste de los productos del proveedor en relación con el coste del producto final.

Poder de negociación de los Compradores: En este elemento se ocasionan dificultades cuando los usuarios tienen un producto que posee diferentes productos sustitutos en el mercado, o cuando puede poseer un costo más elevado que otros parecidos.

Concentración de consumidores respecto a la agrupación de empresas

Probabilidad de negociación principalmente e industrias con muchos costes fijos.

Costes o disposiciones del cliente en cambiar de compañía.

Sensibilidad del consumidor al precio

Disponibilidad de comunicación del consumidor.

Amenaza de productos sustituto: Los productos poseen varios sustitutos, lo cual el producto es poco diferenciado o su precio es bajo. En este punto una organización inicia a poseer dificultades cuando estos sustitutos empiezan a volverse más reales y eficaces, esto ocasiona que la empresa reduzca sus precios la cual se vería afecta en sus ingresos.

Rivalidad entre competidores: En este factor las empresas del mismo sector compiten directamente. La rivalidad se determina porque las competencias se enfrentan y utilizan estrategias eficientes.

Una empresa que se destaca en el mercado presiona a las demás empresas, por lo que perenemente va a existir una competencia oculta entre las organizaciones del mismo rubro.

1.4. Formulación del Problema

Para las empresas al desconocer su capital intelectual es un problema puesto que no van a poder elaborar estrategias que les permita aumentar su competitividad, debido a que no invierten en temas de talleres, capacitaciones e innovaciones.

En la empresa Areco SAC, existe insuficiencias puesto que los trabajadores no llevan a cabo de manera adecuada sus funciones por lo que su rendimiento es bajo y por la carencia de un modelo para medir su capital intelectual, por consecuencia ocasiona no alcanzar con éxitos los objetivos establecidos y por lo tanto disminuye su competitividad.

¿De qué manera el capital intelectual mejorará la competitividad de la empresa Areco SAC, Chiclayo 2018?

1.5. Justificación e Importancia del estudio

Actualmente vivimos en una sociedad de permanentes cambios y retos que enfrentan las organizaciones ya sea a nivel mundial y nacional, especialmente la empresa Areco Sac.el cual se ve vinculado con la búsqueda de la calidad que conlleve a mejorar la competitividad.

El trabajo de investigación se realiza para mejorar la competitividad de la empresa Areco Sac.

Mediante la implementación de las estrategias la empresa logrará aumentar su nivel de competitividad, que le permitirá seguir compitiendo y captando a nuevos clientes potenciales.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) manifiesta que un estudio puede darse por diferentes motivos: por vista teórico, aporte práctico, relevancia social, vista metodológica. (p.40).

Respecto al punto de vista teórico, el estudio establece un aporte teórico, porque permite la comparación de las distintas teorías, las cuales son apoyo para el desarrollo del estudio, y de igual manera también servirá para las próximas investigaciones. (Hernández, Fernández y Baptista 2014).

En proporción al aporte práctico, el estudio proporciona diseño de alternativas en relación al capital intelectual de la empresa Areco S.A.C., posibilitando la toma de decisiones

que le permita a la organización mejorar su competitividad siendo este punto el propósito de toda organización. (Hernández, Fernández y Baptista 2014).

En relación al aporte social la investigación origina posibles soluciones a la problemática relatada anteriormente, la cual enfrenta la empresa.. (Hernández, Fernández y Baptista 2014).

Referente al punto de vista metodológico la investigación está enfocado en brindar a las futuras investigaciones la Operacionalización de las variables. De igual forma el estudio servirá como antecedentes para futuras indagaciones. (Hernández, Fernández y Baptista 2014).

1.6. Hipótesis

H1: Si el capital intelectual como estrategia mejora la competitividad de la empresa Areco S.A.C.

1.7. Objetivos

1.7.1 Objetivo General.

Proponer estrategias del capital intelectual para mejorar la competitividad de la Empresa Areco S.A.C 2018.

1.7.2 Objetivos Específicos.

Analizar la situación actual del capital intelectual de la empresa Areco S.A.C.

Determinar el nivel de competitividad de la Empresa Areco S.A.C.

Diseñar estrategias para fortalecer el capital intelectual y mejorar la competitividad de la empresa Areco S.A.C

II. MATERIAL Y MÉTODO

II. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipo y Diseño de la Investigación

2.1.1. Tipo de Investigación.

Descriptiva: Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) el tipo de estudio descriptivo consiste en describir las situaciones, fenómenos, es decir detalla el contexto actual del problema y como se manifiesta. Con este tipo de estudio se busca evaluar o recopilar datos de forma emancipado respecto a las variables de estudio. (p.92).

El enfoque del estudio es cuantitativo, porque se usa métodos estadísticos para la recopilación y el análisis de datos. (Hernández, Fernández y Baptista 2014).

2.1.2. Diseño de Investigación.

Se precisa que el tipo de diseño del estudio que se lleva a cabo es No experimental porque las variables de estudio no serán manejadas, solo se observaran en su estado natural, y transversal debido que se analizaran las variables en un tiempo único y determinado.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) el diseño no experimental no se hacen variar las variables, únicamente los fenómenos se observan tal y como se dan en el entorno, y luego analizarlo. En esta investigación no se edifica ningún contexto, sino que se ven contextos que ya existen. (p.152)

Hernández, Fernández y Baptista (2014) indican que el diseño transversal recopila la información en un momento único. Tiene por finalidad relatar las variables y analizar su relación en un determinado momento. (p.154)

2.2. Población y Muestra

2.2.1. Población

Hernández, Fernández y Baptista (2014) es el total del fenómeno a indagar, en donde las entidades de la población tienen una cualidad común la cual se estudia y dan origen a los datos del estudio. (p.174).

En esta investigación la población a tomarse en cuenta son los colaboradores de la empresa Areco S.A.C.

Tabla 1

Relación de Colaboradores de la empresa Areco SAC.

ADMINISTRATIVOS	4
INGENIEROS CIVILES	6
ARQUITECTOS	3
ELECTRICISTAS	2
OPERADOR	5
OPERARIOS	32
OFICIALES	14
PEONES	134
TOTAL	200

Fuente: Elaboración propia

2.2.2. Muestra

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) la muestra es un subconjunto de la totalidad, para realizar un estudio estadístico. (p.175).

Nuestra población es finita y nuestro sistema de muestreo va a ser Probabilístico - Muestreo Estratificado.

El muestreo es estratificado debido que la población se divide en segmentos (Hernández, Fernández y Baptista 2014, p.181).

$$\frac{NZ^2PQ}{(N-1)E^2 + Z^2PQ}$$

$$n = \frac{NZ^2PQ}{(N-1)E^2 + Z^2PQ}$$

$$n = \frac{200(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(200-1)(0.105)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{200(3.8416)(0.25)}{(196)(0.011025) + (3.8416)(0.25)}$$

DONDE:

Z = 95%; ENTONCES = 1.96

P = 50%; ENTONCES = 0.5

Q = 50% ENTONCES = 0.5

E = 10,5%; Entonces = 0.105%

N = 200

$$n = \frac{200(0.9604)}{(2.1939) + 0.9604}$$

$$n = \frac{192.08}{3.15}$$

$$n = 61$$

2.3. Variables, Operacionalización

Variable Independiente – Capital Intelectual

Variable Dependiente - Competitividad

2.3.1. Definición Conceptual.

Competitividad: Según Porter (1991) indica que la competitividad se determina por la productividad con que una región, nación usa sus recursos de capital, humano y natural.

Capital Intelectual: Según Brookings (1997) menciona que es la unión de todos los activos inmateriales que le accede a la organización funcionar eficientemente. (p.25).

2.3.2. Definición Operacional.

Competitividad: Son acciones estratégicas para sobresalir frente a la competencia (Porter 1991).

Capital Intelectual: Está constituido por 3 dimensiones: capital humano, capital estructural y capital relacional, las cuales son importantes porque generan valor a la empresa (Euroforum1998).

2.3.3. Operacionalización de Variables

Tabla 2

Operacionalización de Variables

VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA	ESCALA
VARIABLE INDEPENDIENTE CAPITAL INTELECTUAL	HUMANO	Compromiso	¿Usted se encuentra comprometido con la cultura organizacional de la organización?	ENCUESTA	LIKERT
		Cumplimiento con los objetivos	¿Cree usted que la empresa logra sus objetivos planteados en el tiempo establecido?		
		Clima Laboral	¿Usted se siente satisfecho en el ambiente donde desarrolla sus actividades?		
		Motivación	¿Usted está de acuerdo con que la empresa debe de motivar al personal permanentemente?		
		Capacitación	¿Usted considera que la empresa debe de brindar programas de capacitación permanentemente al personal?		
		Remuneración	¿Usted está de acuerdo con la remuneración que percibe por parte de la empresa?		
	ESTRUCTURAL	Planeación estratégica.	¿Considera usted que los colaboradores deben de participar en la realización de la planeación estratégica de la empresa?	ENCUESTA	LIKERT
		Base de datos	¿Considera usted que es importante la base de datos con la que opera la empresa?		
	RELACIONAL	Clientes	¿Usted conoce las estrategias que utiliza la empresa para captar a nuevos clientes?	ENCUESTA	LIKERT
		Proveedores	¿Usted considera que la empresa debe capacitar a sus proveedores en temas de calidad?		
		Competencia	¿Usted cree que la empresa conoce con exactitud quienes son sus competidores directos?		
		Servicio Post venta.	¿Usted está de acuerdo con los servicios de postventa que realiza la empresa?		

VARIABLE DEPENDIENTE COMPETITIVIDAD	VENTAJA COMPETITIVA	Liderazgo en costos	¿Cree Ud. que la empresa referente a sus servicios ofrece mejores precios en comparación de la competencia?	ENCUESTA	LIKERT	
		Diferenciación.	¿La empresa cuenta con una estrategia detallada de cómo diferenciarse de los demás?			
		Enfoque	¿Cree Ud. que la empresa ha desarrollado y comunicado con claridad su público objetivo?			
	FACTORES QUE DETERMINAN LA COMPETITIVIDAD	Flexibilidad	¿Considera Ud. que el personal de la empresa se encuentre capacitado para actividades de innovación permanente?			
		Tecnología	¿Considera Ud. que la empresa cuenta con la tecnología propicia para realizar las actividades?			
		Capacidad directiva	¿Usted cree que los directivos son capaces de tomar decisiones rápidas para gestionar la empresa?			
		Recursos humanos	¿Considera Usted que la empresa cuenta con el personal suficiente para llevar a cabo las actividades?			
		EFFECTIVIDAD EMPRESARIAL	Eficiencia			¿Usted piensa que la empresa cuente con un modelo de gestión para realizar sus actividades?
			Eficacia			¿Considera Usted que la empresa siempre obtiene los resultados esperados?

Fuente: Elaboración propia

2.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad

Para recopilar la información del estudio se utilizó la siguiente técnica e instrumento:

2.4.1. Técnica.

2.4.1.1. La Encuesta.

Según Sierra (2002) hace referencia a la encuesta como un formulario de aplicación sobre el problema observado con la finalidad de dar a conocer las diferentes opiniones de las personas encuestadas.

2.4.2. Instrumento.

2.4.2.1. Cuestionario.

Según Gómez (2009) es la unión de interrogatorios en relación a una o más variables que serán medidas (p. 121).

Además se empleó la escala tipo Likert, el cuál es una herramienta que sirve para medir las actitudes, y está conformada por la unión de Ítems presentada de manera de afirmaciones o juicios. (Hernández, Fernández y Baptista 2014, p.183).

2.4.3. Validez y Confiabilidad.

El Método de Alfa de Cronbach se utilizó para establecer la seguridad de los instrumentos, la cual se realizará por medio del uso del programa de SPSS.

Alfa de Cronbach: Hernández, Fernández y Baptista (2014) manifiesta que cuando el alfa de cronbach arroja 0.72, el instrumento obtiene confiabilidad, lo que significa que es válido y se puede aplicar. (p.208).

2.5. Procedimientos de Análisis de Datos

Para efectuar el análisis correlacional y de fiabilidad se utilizó el programa estadístico de SPSS, para luego medir el alfa de Crombach, y para correlacionar las variables del coeficiente de Pearson.

Tabla 3*Estadísticas de Fiabilidad*

Alfa de Crombach	N de elementos
,839	21

Fuente: *Elaboración Propia***2.6. Aspectos Éticos****Tabla 4***Características Éticas del Criterio*

CRITERIOS	CARACTERÍSTICAS ETICAS DEL CRITERIO
Consentimiento informado	Las personas que apoyaron en el estudio estaban de acuerdo con informar y aceptaron sus compromisos.
Confidencialidad	Se le informará a la empresa que se asegurará y protegerá la información recolectada.
Observación-Participante	El indagador (a) actuó con juicio dentro del procedimiento de recolección de información, tomando su responsabilidad ético.

Fuente: Elaborado en base a Noreña, A; Alcaraz; N; Rojas, J y Rebolledo, D. (2012)**2.7. Criterio de Rigor Científico****Tabla 5***Criterio de Rigor Científico*

CRITERIOS	CARACTERÍSTICAS DEL CRITERIO	PROCEDIMIENTOS
Generar Credibilidad mediante el valor de la y verdad y autenticidad.	Efectos de las variables observadas Estudiadas.	Los colaboradores reconocen a los efectos recolectados como verdaderos.
Transferibilidad y aplicabilidad	Efectos para la generación de la prosperidad institucional a través de la transferibilidad.	Se hizo la definición minuciosa de los resultados y se transfirió para que se aplique de acuerdo a la

		investigación que quiere determinar.
Consistencia para la replicabilidad	Son los efectos alcanzados mediante la investigación.	Se optimizó los resultados adquiridos, para lograr una consistencia.
Confirmabilidad y neutralidad	Los efectos de la investigación poseen veracidad en la descripción	Los efectos fueron verificados con los procedimientos existentes. Los descubrimientos de estudio se verificaron de acuerdo a los antecedentes internacionales, nacionales.
Relevancia	Otorgó él logró de los objetivos planteados	Has concordancia de las variables indagadas. Los efectos logrados poseyeron concordancia con la justificación.

Fuente: Elaborado en base a Noreña, A; Alcaraz; N; Rojas, J y Rebolledo, D. (2012).

III. RESULTADOS

III. RESULTADOS.

3.1. Tablas y Figuras

Tabla 6

Compromiso con la Cultura Organizacional de la Empresa

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	10	16,39
	De Acuerdo	30	49,18
	Indiferente	5	8,20
	Desacuerdo	16	26,23
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración propia



Figura 1: De acuerdo a la información obtenida, se puede observar que el **49,18 %** de los encuestados se encuentran comprometido con la cultura organizacional de la empresa, por lo que pueden realizar sus actividades sin ninguna dificultad, mientras que el **26,23 %** están en desacuerdo, el **16,39 %** están totalmente de acuerdo y el **8,20 %** es indiferente.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7

Logro de los Objetivos en el tiempo establecido

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	15	24,59
	De Acuerdo	6	9,84
	Indiferente	10	16,39
	Desacuerdo	10	16,39
	Totalmente en Desacuerdo	20	32,79
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración propia

Logro de los Objetivos en el tiempo establecido

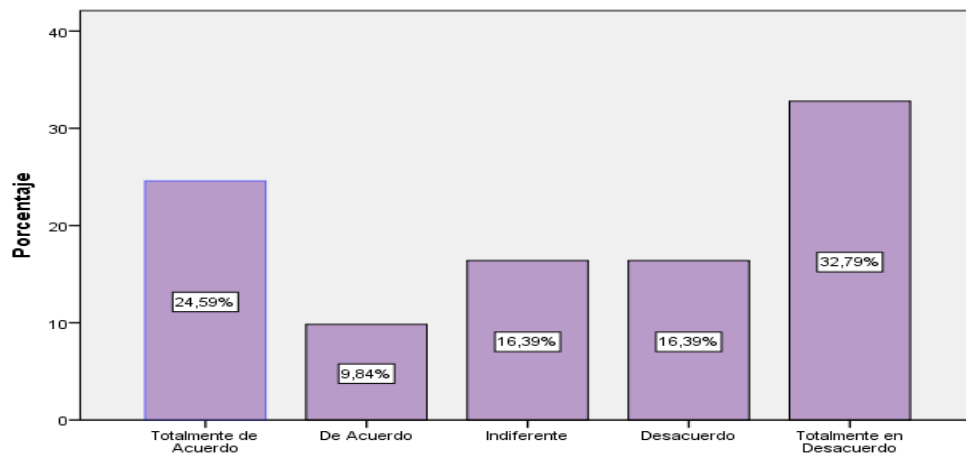


Figura 2: De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede observar que el **32,79 %** de los encuestados están totalmente en desacuerdo, puesto que consideran que la empresa no logra sus objetivos en el tiempo establecido, lo que consideran una desventaja y por consiguiente ocasiona malestar en los clientes, el **24,59 %** están totalmente de acuerdos, existe una igualdad de **16,39 %** en los encuestados que son indiferentes y los que se encuentran en desacuerdo, y el **9,84%** se encuentran de acuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8

Satisfacción en el Ambiente

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	11	18,03
	De Acuerdo	10	16,39
	Indiferente	1	1,64
	Desacuerdo	29	47,54
	Totalmente en Desacuerdo	10	16,39
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración propia

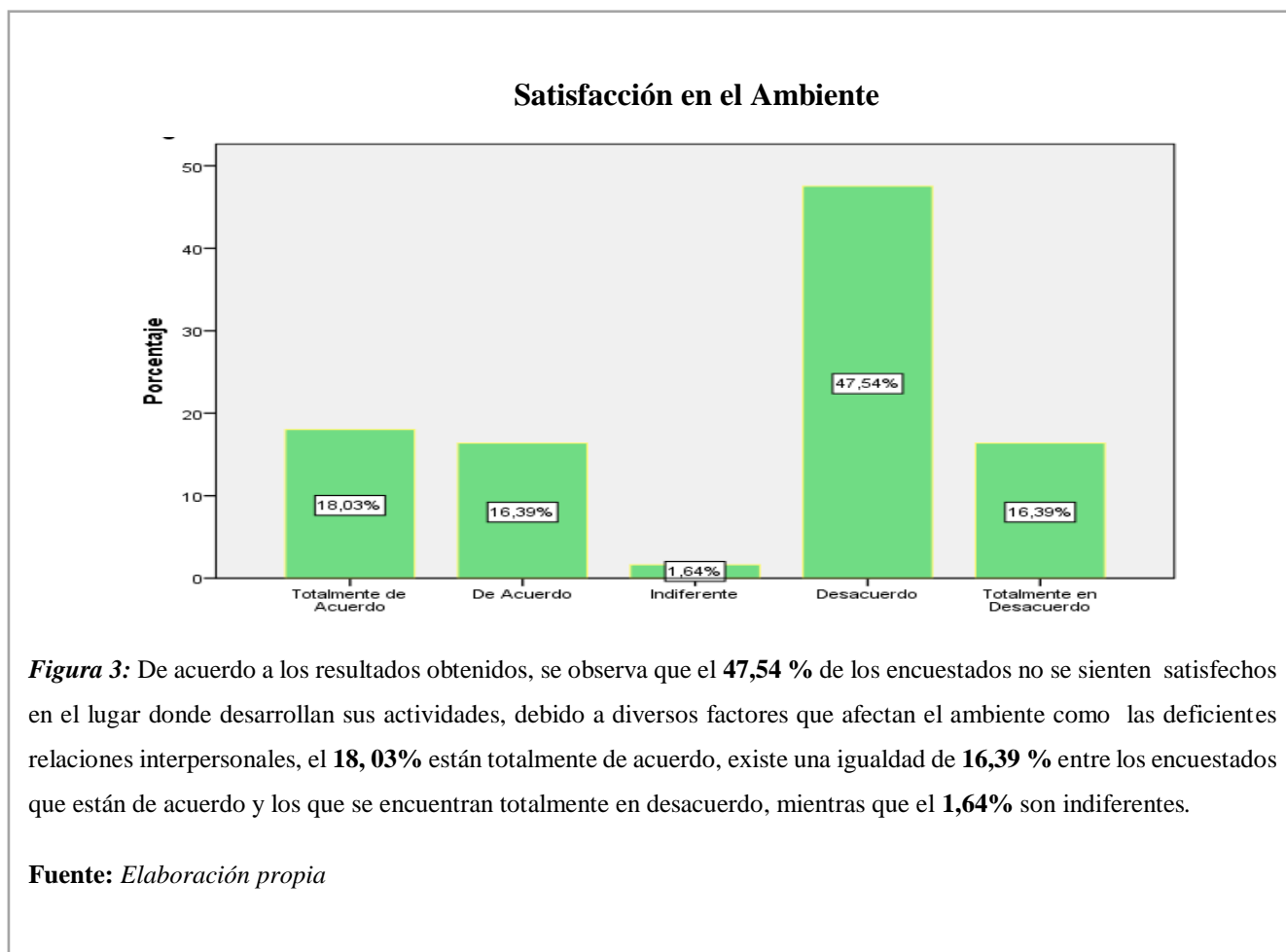


Figura 3: De acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que el **47,54 %** de los encuestados no se sienten satisfechos en el lugar donde desarrollan sus actividades, debido a diversos factores que afectan el ambiente como las deficientes relaciones interpersonales, el **18,03%** están totalmente de acuerdo, existe una igualdad de **16,39 %** entre los encuestados que están de acuerdo y los que se encuentran totalmente en desacuerdo, mientras que el **1,64%** son indiferentes.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9

Motivación Permanente al Personal

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	30	49,18
	De Acuerdo	20	32,79
	Indiferente	11	18,03
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración propia

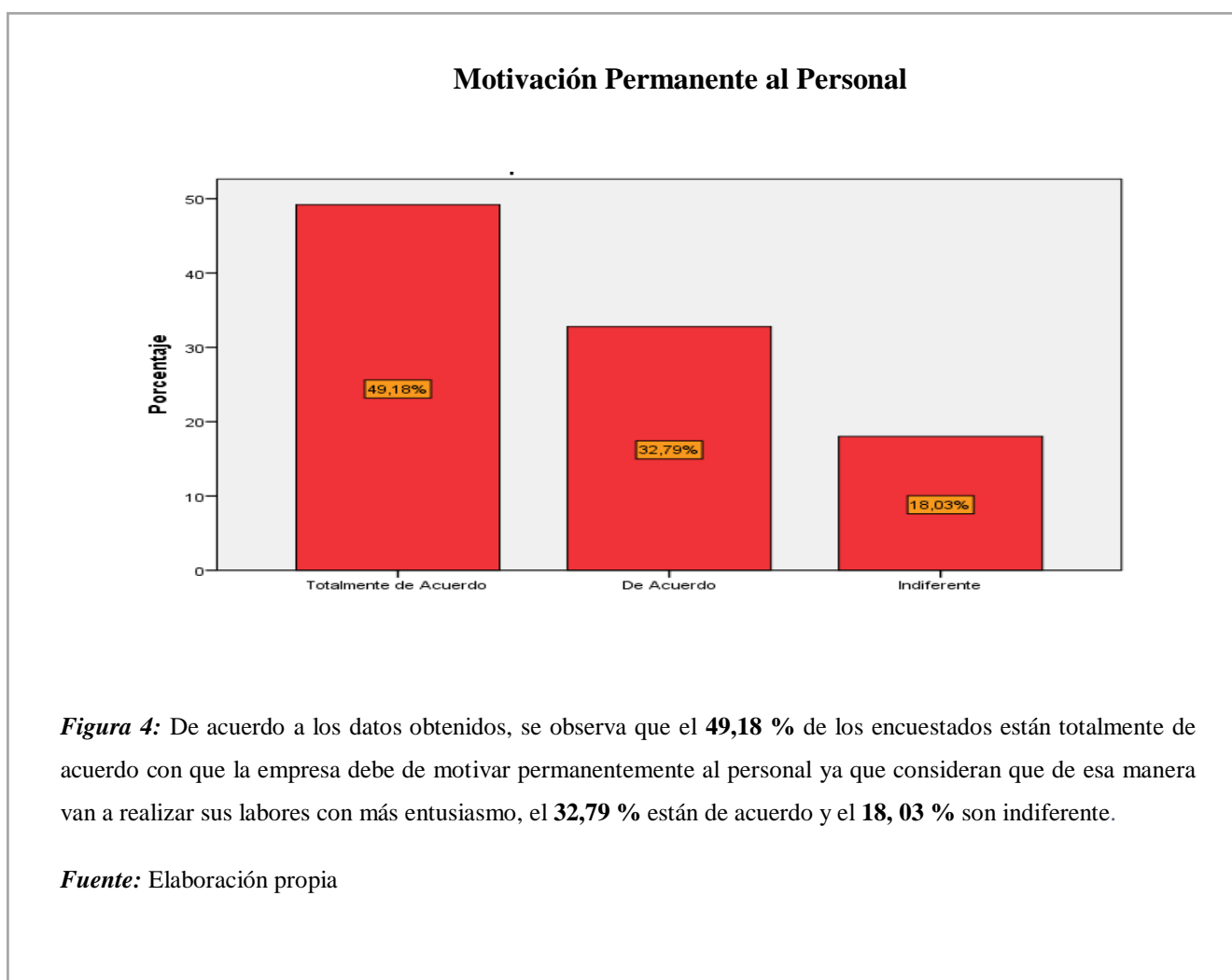


Tabla 10

Programas de Capacitación al Personal

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	25	40,98
	De Acuerdo	15	24,59
	Indiferente	8	13,11
	Desacuerdo	10	16,39
	Totalmente en Desacuerdo	3	4,92
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración propia

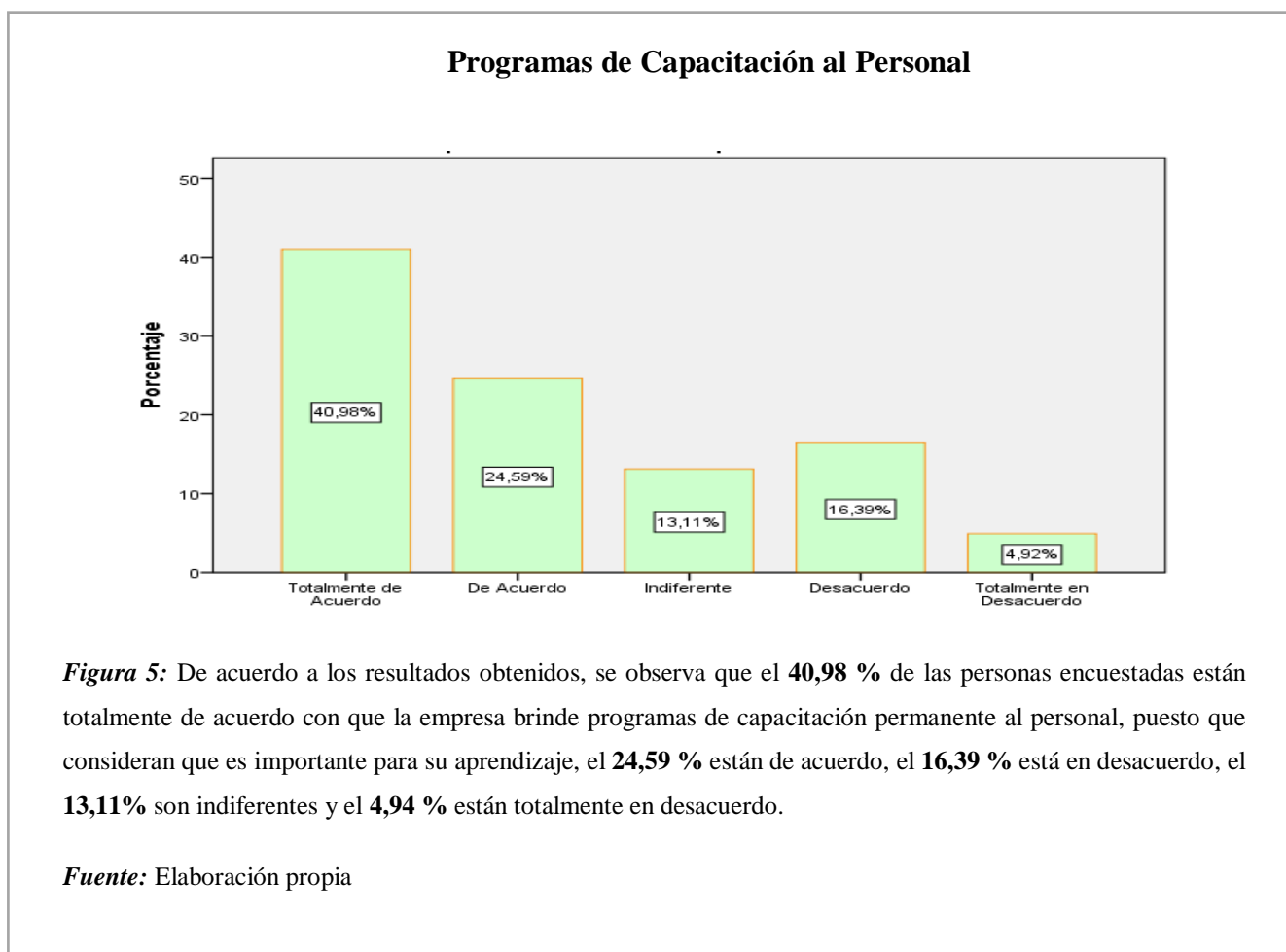


Tabla 11

Remuneración por parte de la Empresa

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	13	21,31
	De Acuerdo	30	49,18
	Indiferente	2	3,28
	Desacuerdo	10	16,39
	Totalmente en Desacuerdo	6	9,84
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración propia

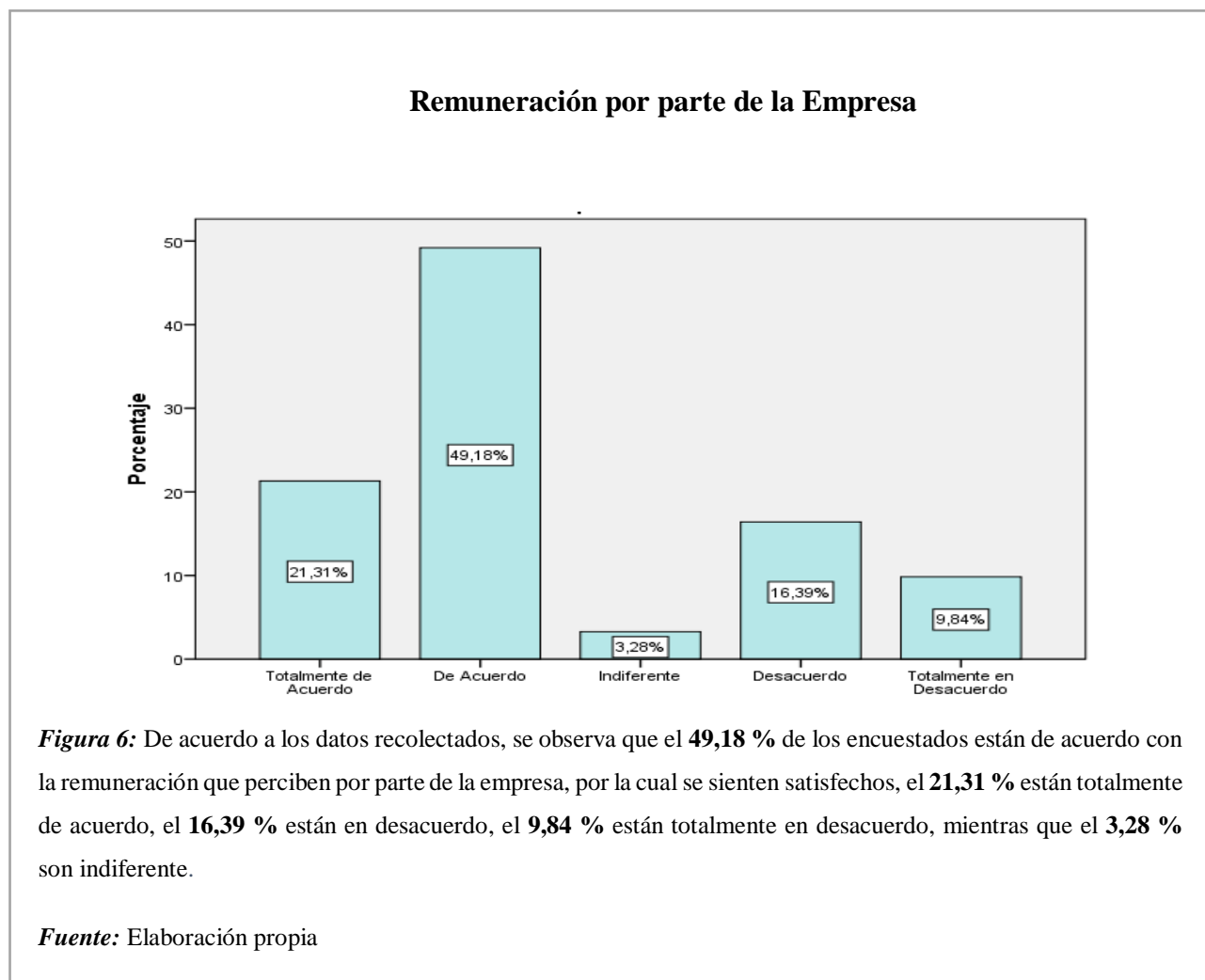


Tabla 12

Participación de los colaboradores en la realización de los planes estratégicos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	39	63,93
	De Acuerdo	12	19,67
	Desacuerdo	10	16,39
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración propia

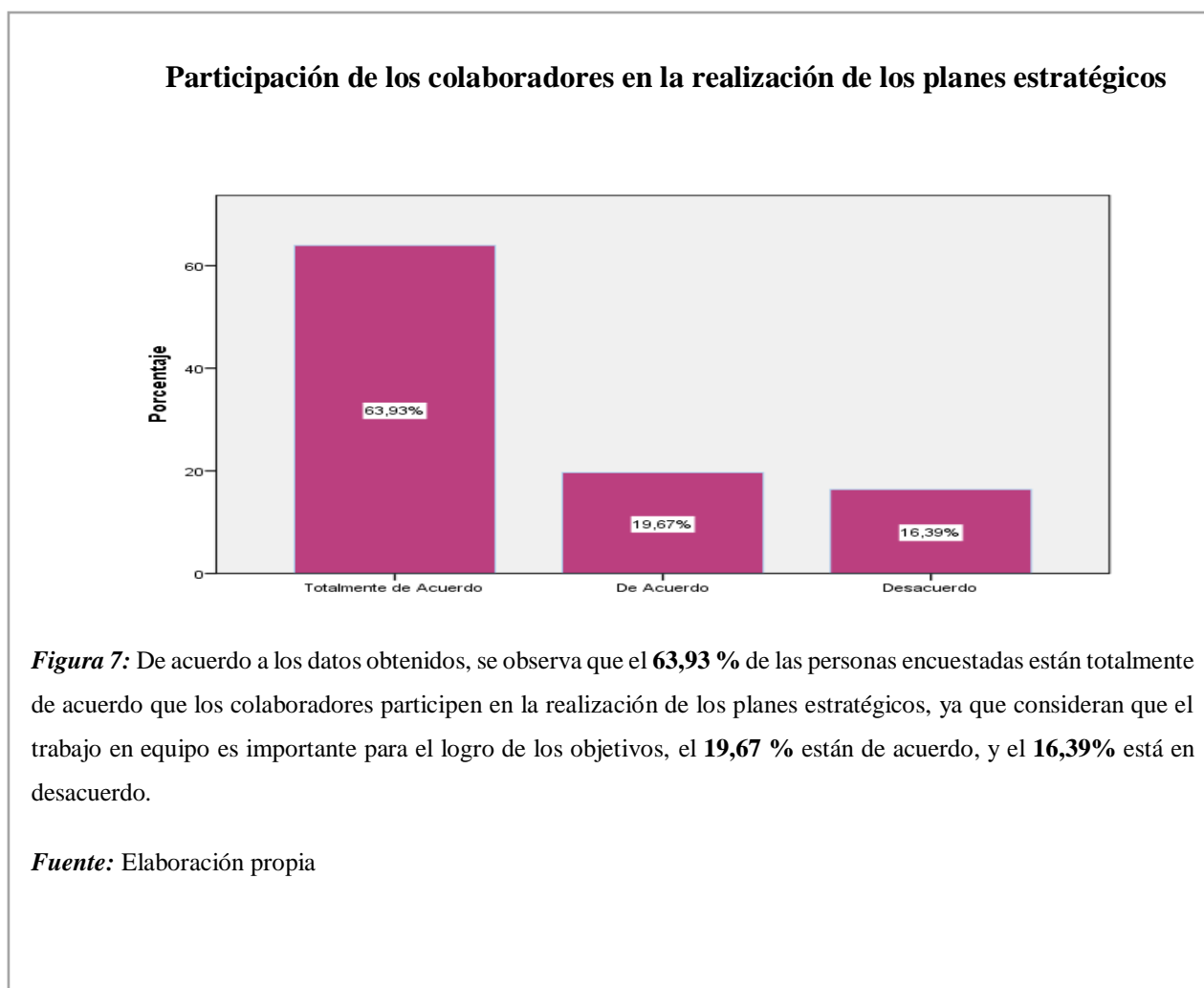


Tabla 13

Importancia de la Base de datos de la Empresa

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	12	19,67
	De Acuerdo	12	19,67
	Indiferente	4	6,56
	Totalmente en Desacuerdo	33	54,10
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración propia

Importancia de la Base de datos de la Empresa

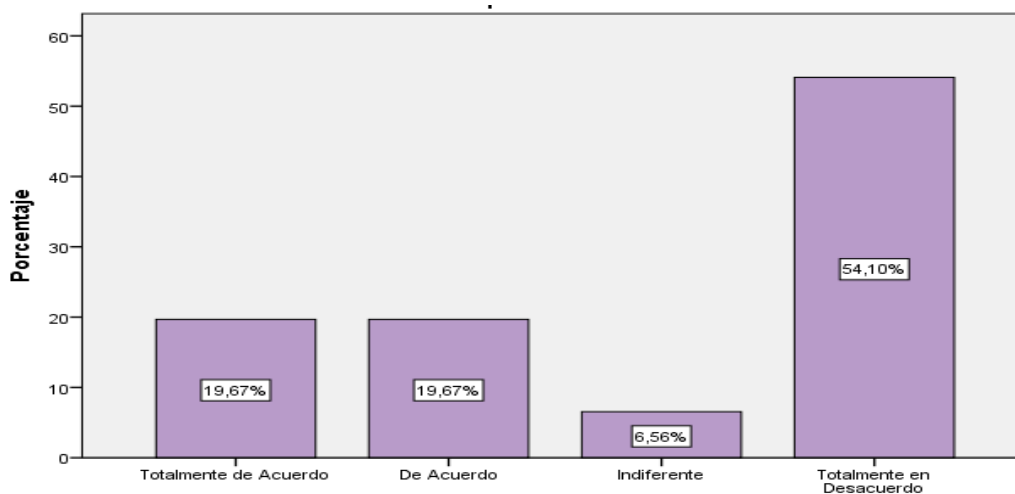


Figura 8: De acuerdo a los datos obtenidos, **el 54,10 %** de las personas encuestadas están totalmente en desacuerdo con la base de datos con que maneja la empresa, puesto que consideran que no es la adecuada, existe una igualdad de **19,67%** entre las personas que están totalmente de acuerdo y los que están de acuerdo, mientras que el **6,56 %** son indiferentes.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14

Estrategias utilizadas por la Empresa

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	4	6,56
	De Acuerdo	4	6,56
	Indiferente	18	29,51
	Desacuerdo	10	16,39
	Totalmente en Desacuerdo	25	40,98
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración propia

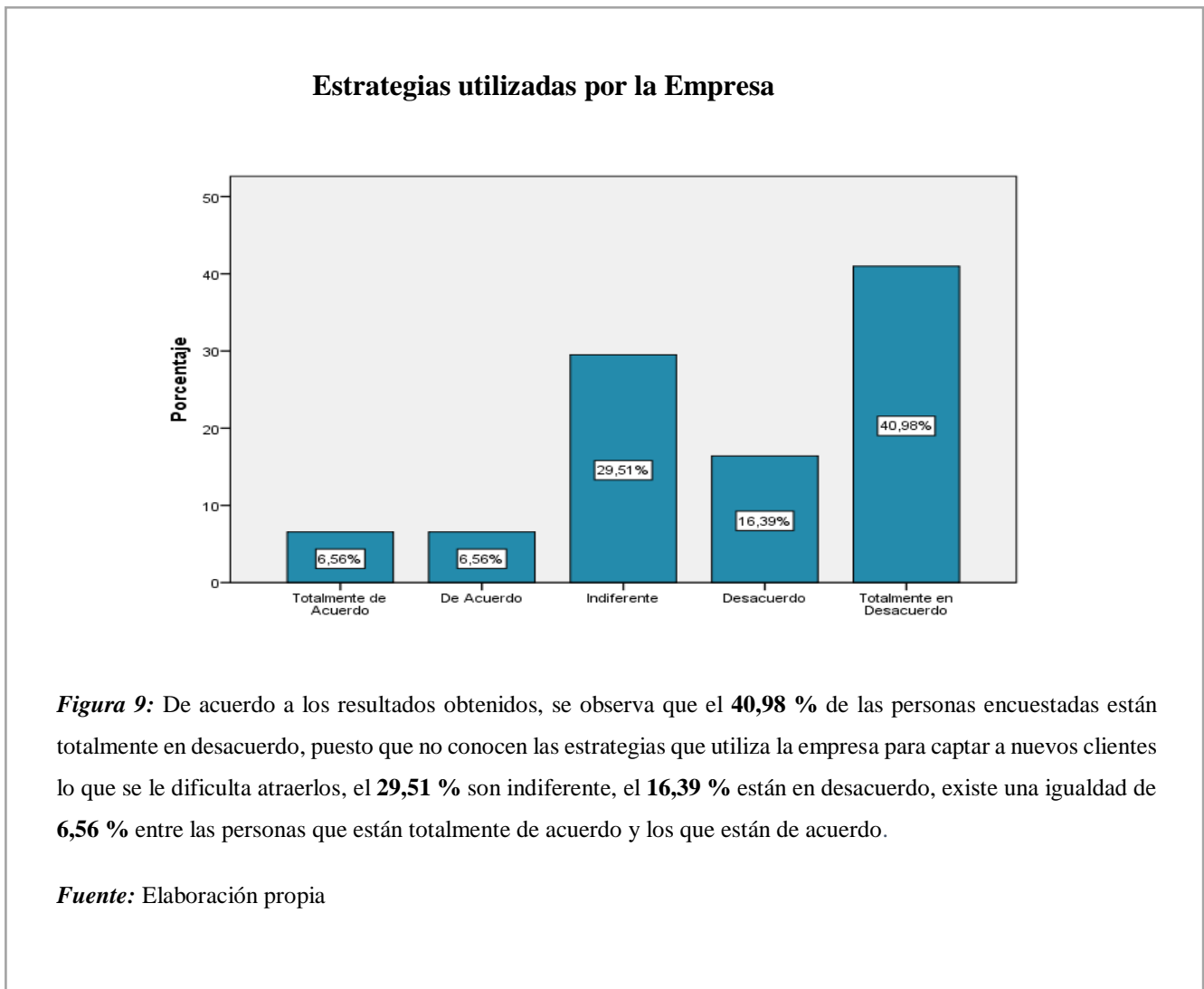


Tabla 15:

Capacitación a los Proveedores en temas de Calidad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	15	24,59
	De Acuerdo	26	42,62
	Indiferente	5	8,20
	Desacuerdo	15	24,59
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración propia

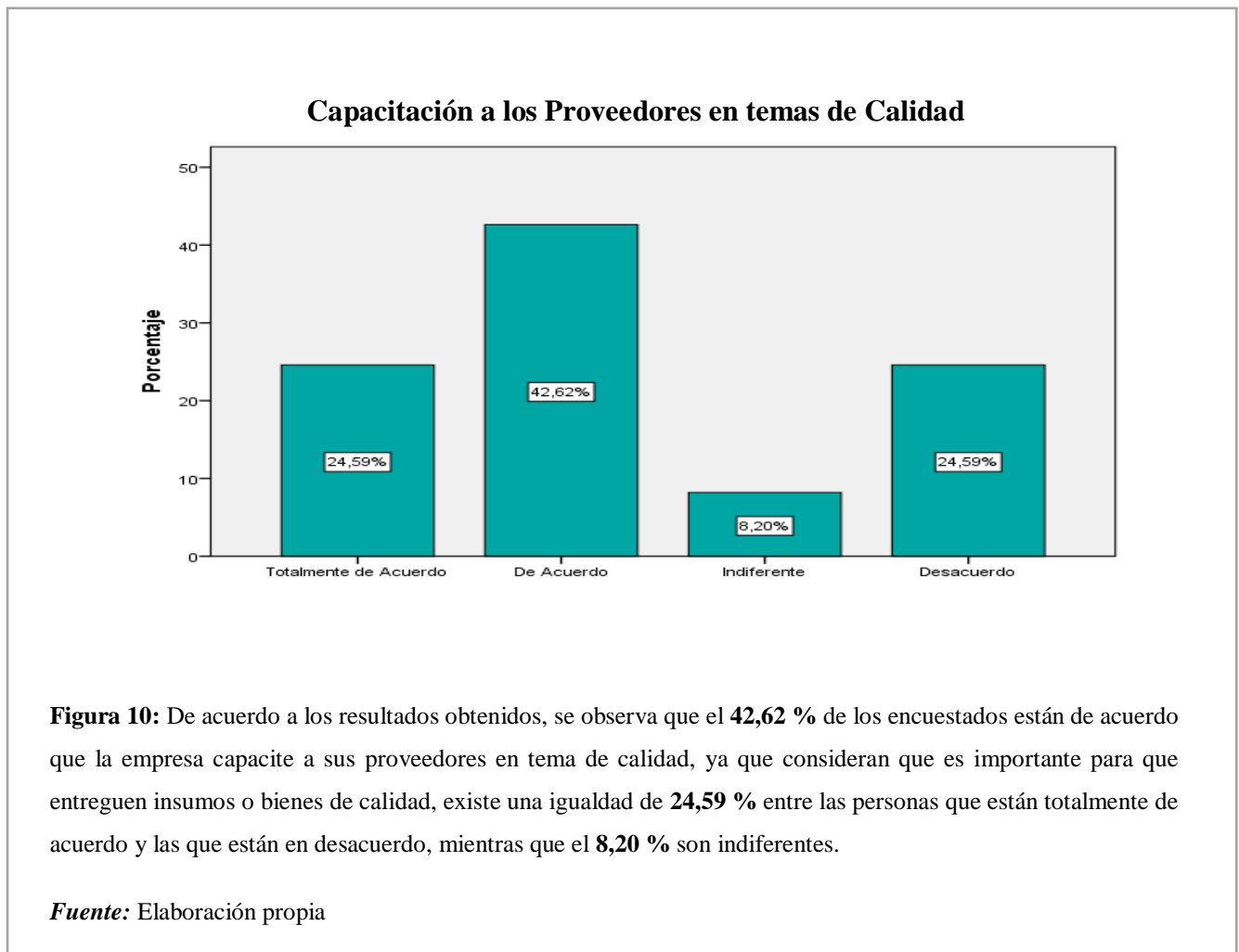


Tabla 16

Competidores Directos de la Empresa

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	23	37,70
	De Acuerdo	10	16,39
	Indiferente	2	3,28
	Desacuerdo	15	24,59
	Totalmente en Desacuerdo	11	18,03
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración propia

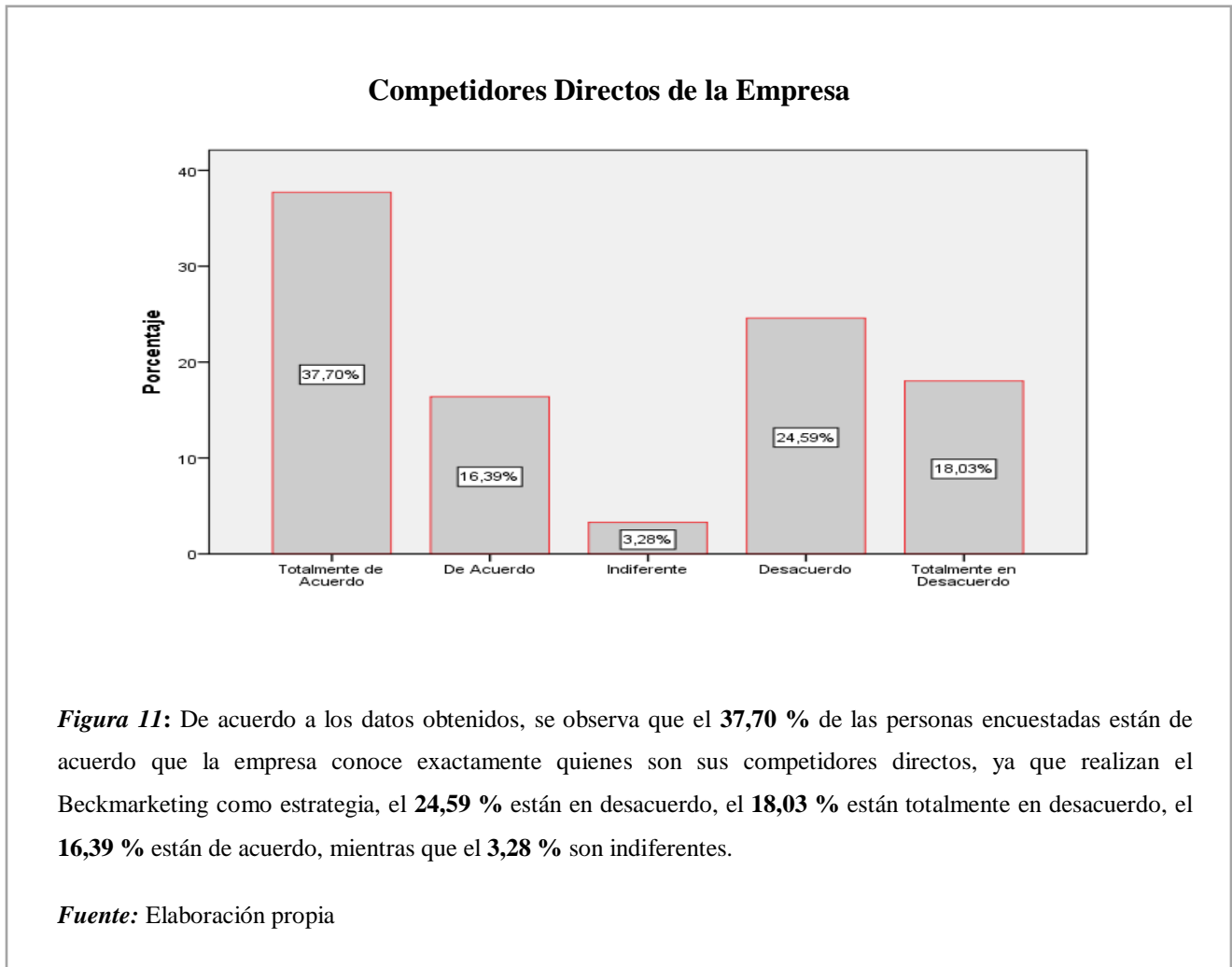


Tabla 17

Servicios de Post Venta que realiza la Empresa

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	11	18,03
	De Acuerdo	10	16,39
	Indiferente	3	4,92
	Desacuerdo	27	44,26
	Totalmente en Desacuerdo	10	16,39
	Total		61

Fuente: Elaboración propia

Servicios de Post Venta que realiza la Empresa

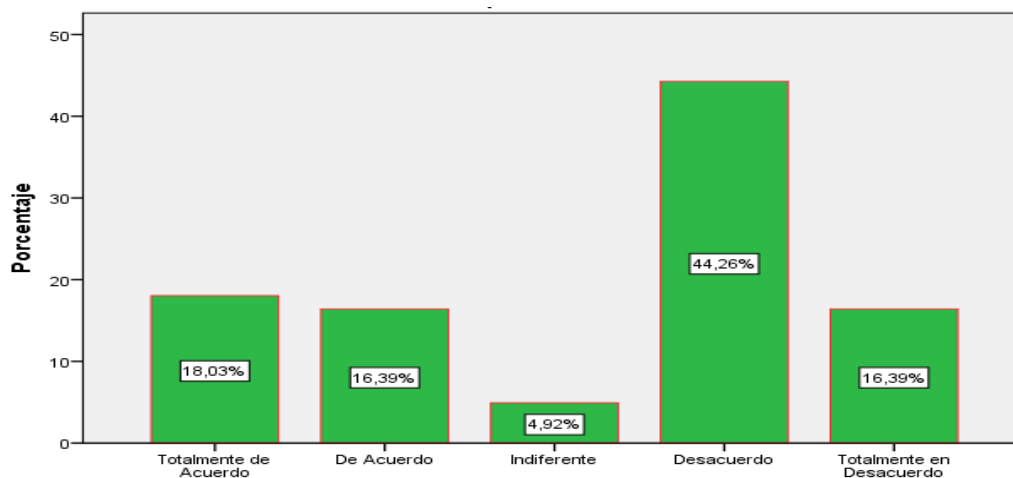


Figura 12: De acuerdo a los datos obtenidos, se observa que el **44,26 %** de los encuestados se encuentran en desacuerdo con el servicio de post venta que realiza la empresa, ya que opinan que no es el adecuado, el **18,03 %** están totalmente de acuerdo, existe una igualdad de **16,39 %** entre las personas que están de acuerdo y los que están totalmente en desacuerdo, mientras que el **4,92 %** son indiferentes.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18

La empresa ofrece mejores precios en comparación de la competencia

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	8	13,11
	De Acuerdo	12	19,67
	Desacuerdo	21	34,43
	Totalmente en Desacuerdo	20	32,79
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración propia

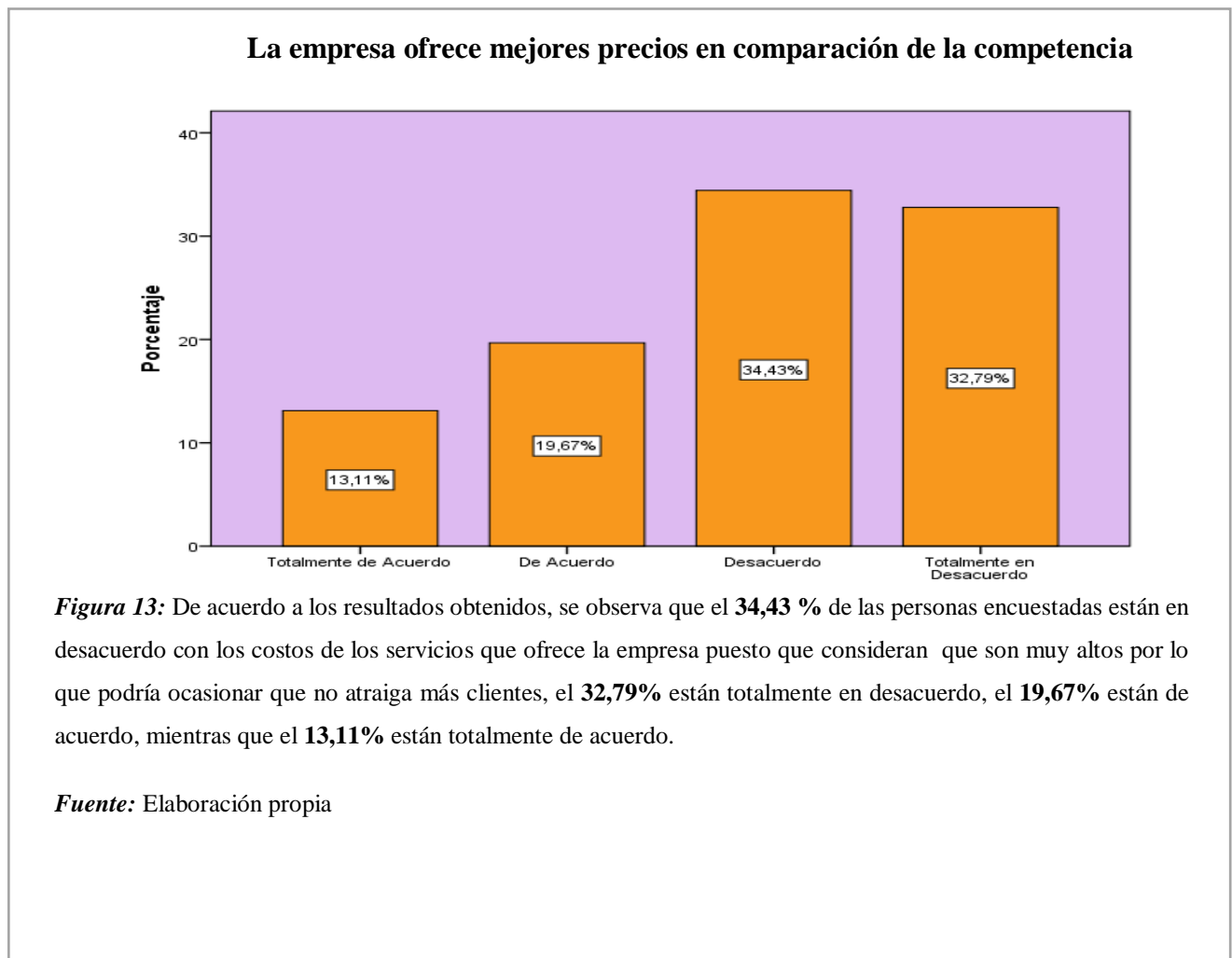


Tabla 19

La empresa cuenta con una estrategia detallada de cómo diferenciarse de los demás

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	De Acuerdo	14	22,95
	Desacuerdo	34	55,74
	Totalmente en Desacuerdo	13	21,31
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración propia

La empresa cuenta con una estrategia detallada de cómo diferenciarse de los demás

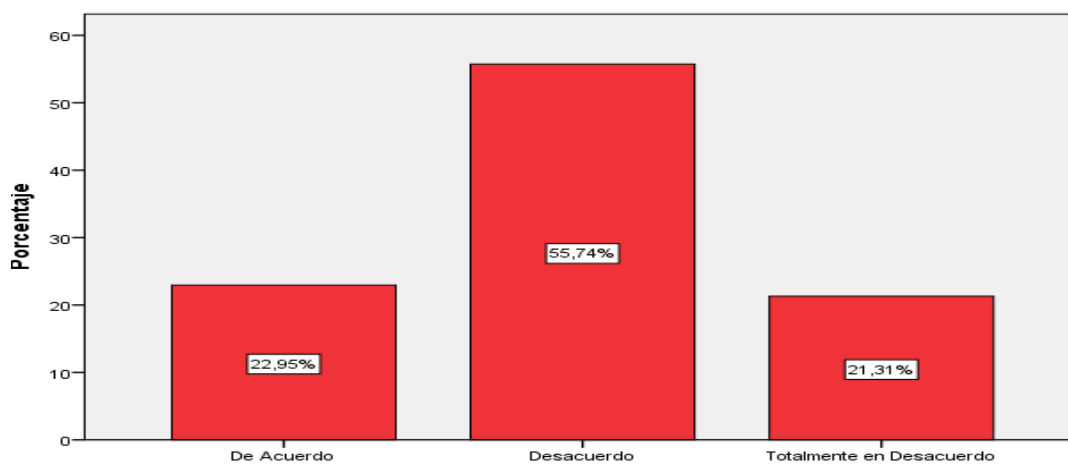


Figura 14: De acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que el **55,74 %** de los encuestados están en desacuerdo ya que consideran que la empresa no cuenta con una estrategia de diferenciación frente a la competencia, a lo que le hace vulnerable ya que puede ir perdiendo clientes y va ser menos competitiva en el mercado, el **21,31 %** están totalmente en desacuerdo, mientras que el **22,95%** están de acuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20

La empresa ha desarrollado y comunicado con claridad su público objetivo

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	5	8,20
	De Acuerdo	18	29,51
	Desacuerdo	11	18,03
	Totalmente en Desacuerdo	27	44,26
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración propia

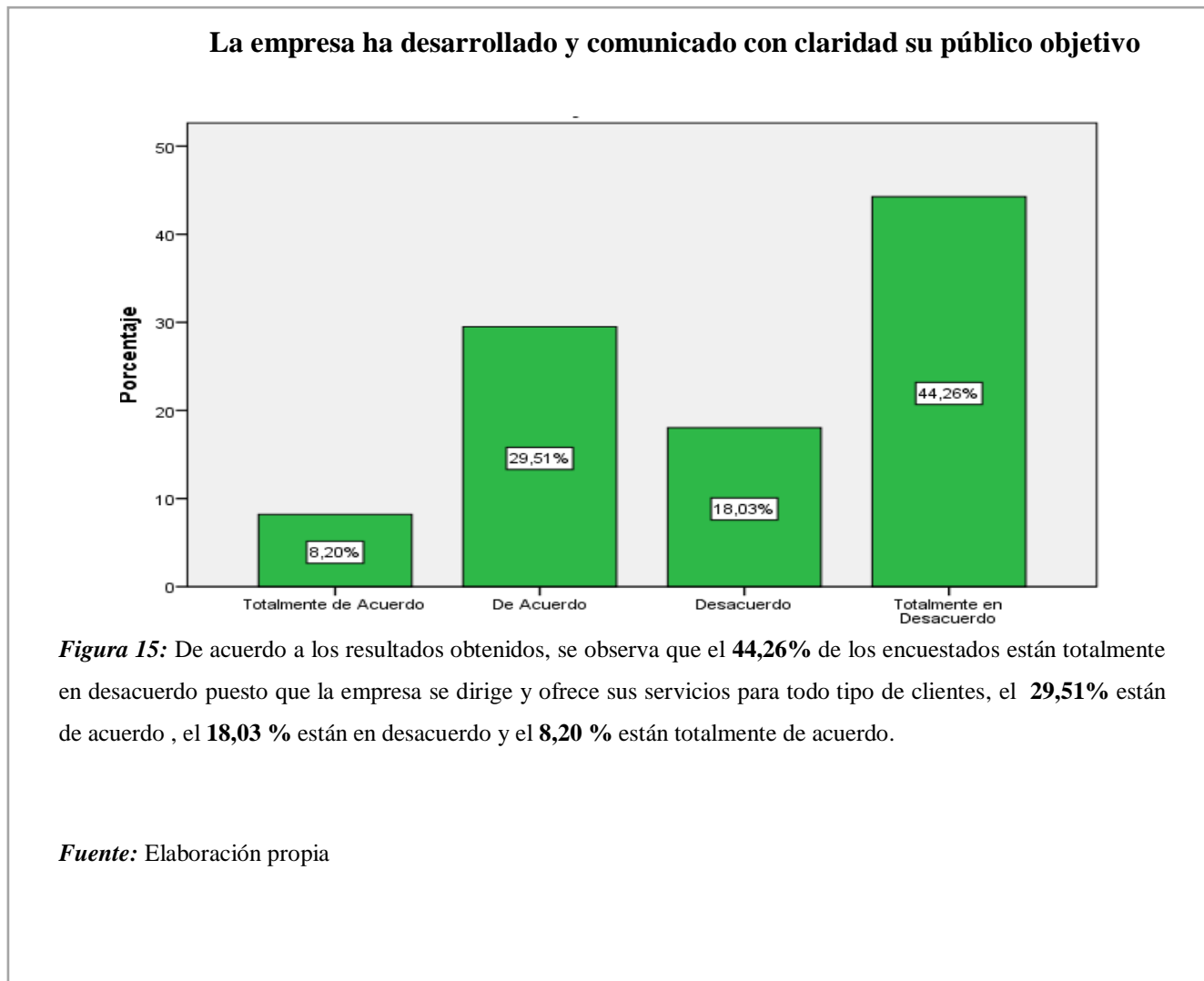


Figura 15: De acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que el **44,26%** de los encuestados están totalmente en desacuerdo puesto que la empresa se dirige y ofrece sus servicios para todo tipo de clientes, el **29,51%** están de acuerdo , el **18,03 %** están en desacuerdo y el **8,20 %** están totalmente de acuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21

Capacidad del personal de la empresa para adaptarse a la flexibilidad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	10	16,39
	De Acuerdo	10	16,39
	Desacuerdo	27	44,26
	Totalmente en Desacuerdo	14	22,95
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración propia

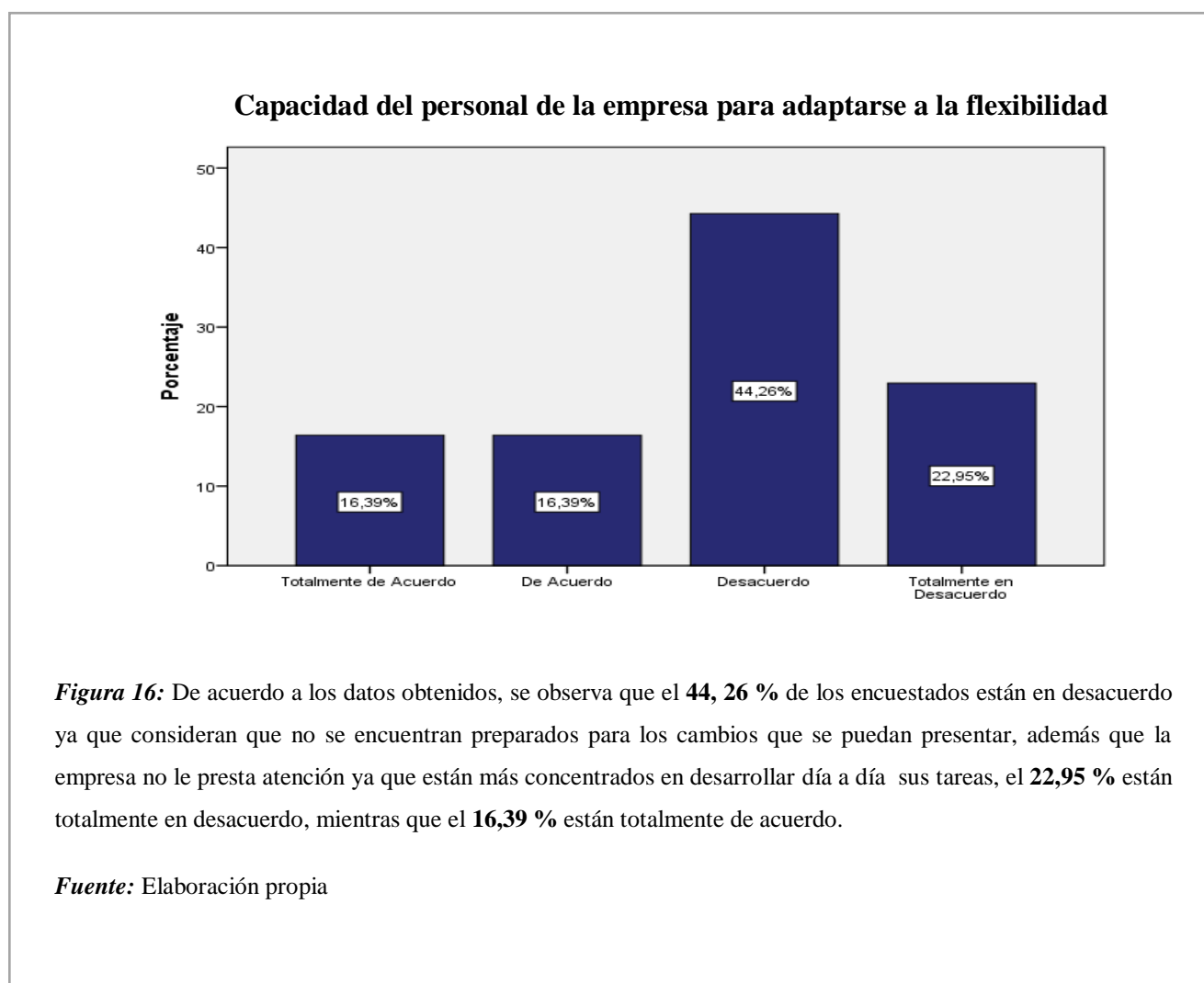


Tabla 22

Uso de la Tecnología por parte de la Empresa

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	De acuerdo	14	22,96
	Desacuerdo	34	55,74
	Totalmente en Desacuerdo	13	21,31
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración propia

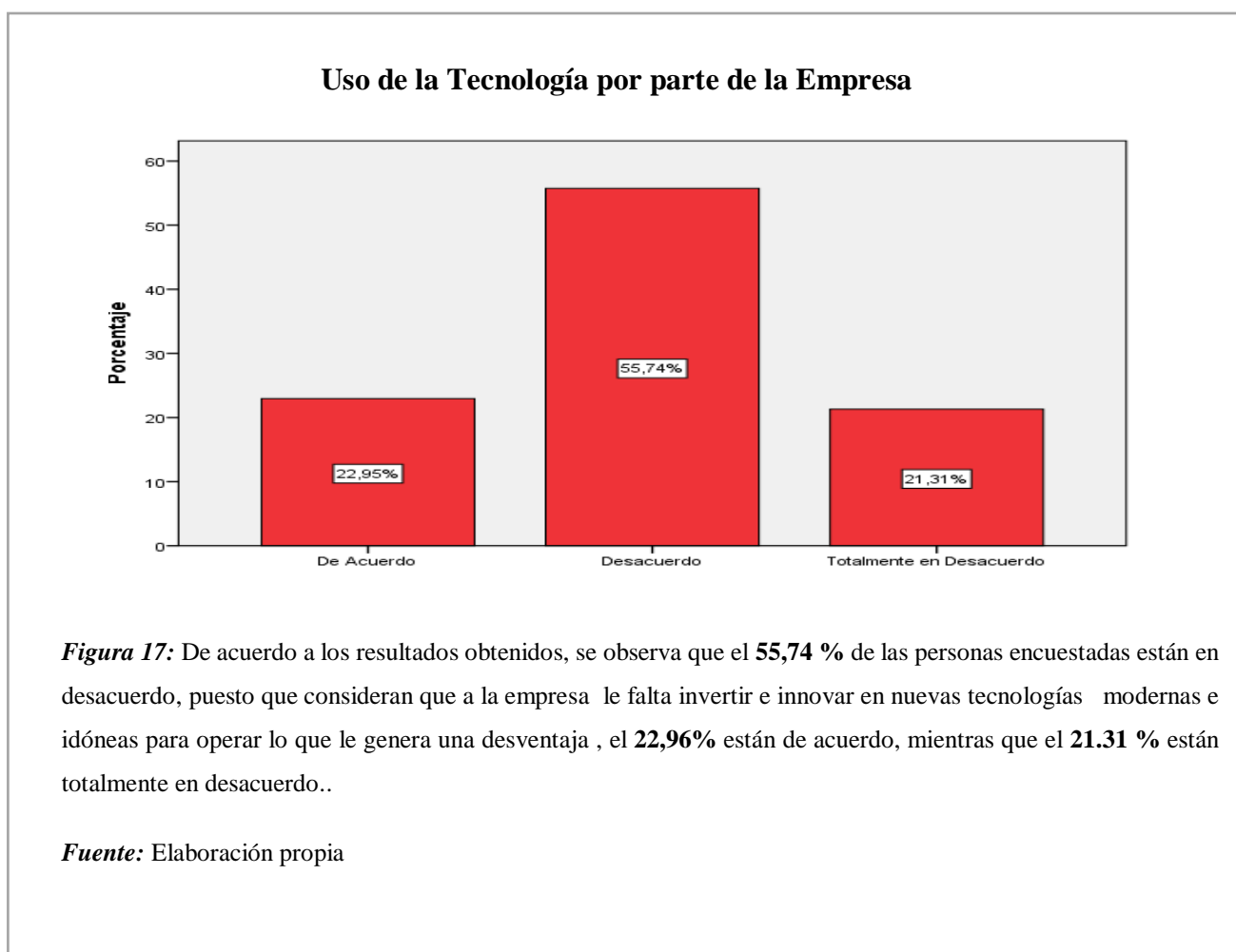


Tabla 23

Decisiones por parte de los Directivos para gestionar la Empresa

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	10	16,4
	De Acuerdo	16	26,2
	Desacuerdo	10	16,4
	Totalmente en Desacuerdo	25	41,0
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración propia

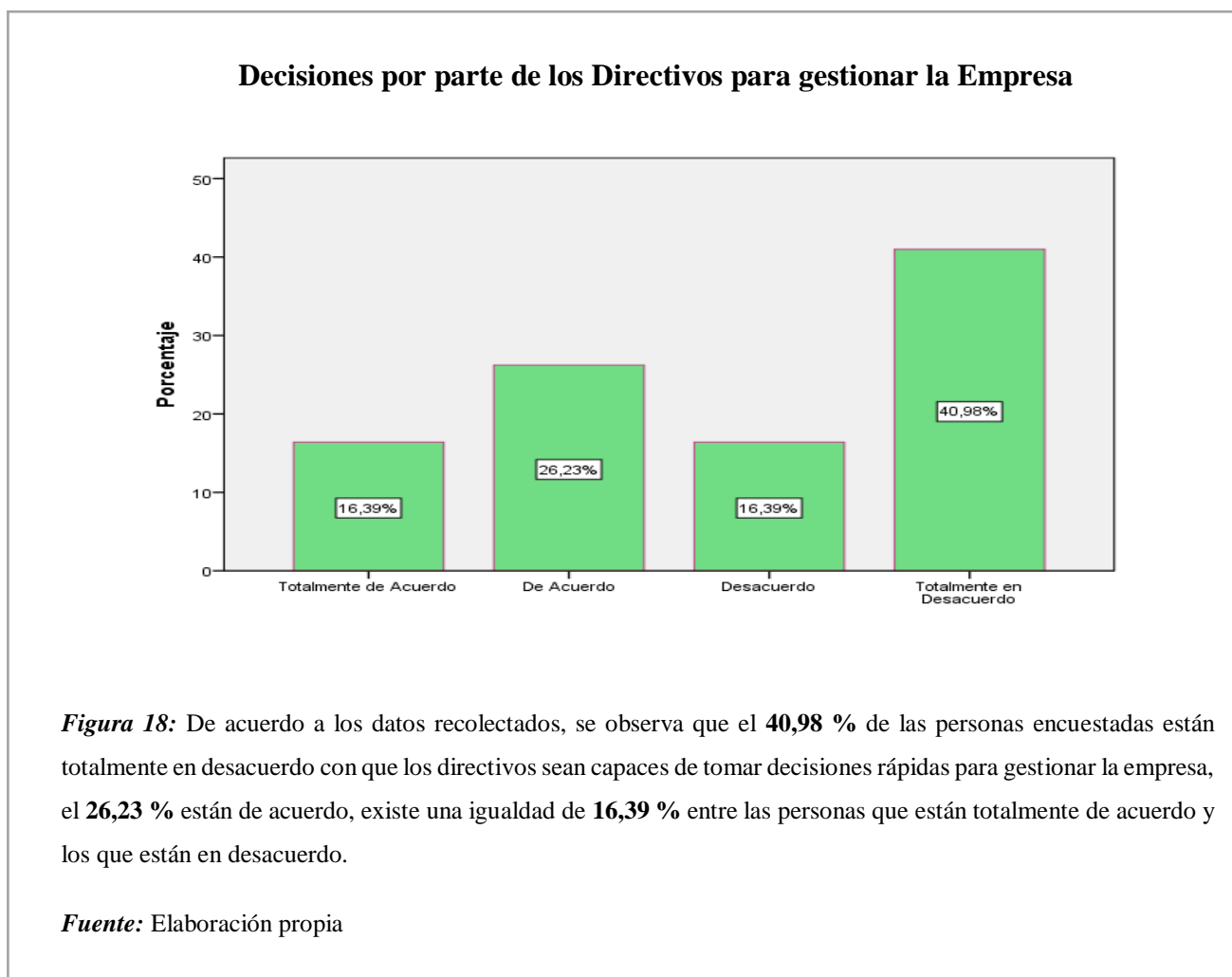


Tabla 24

Personal suficiente para realizar las actividades

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	23	37,7
	De Acuerdo	30	49,2
	Desacuerdo	8	13,1
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración propia

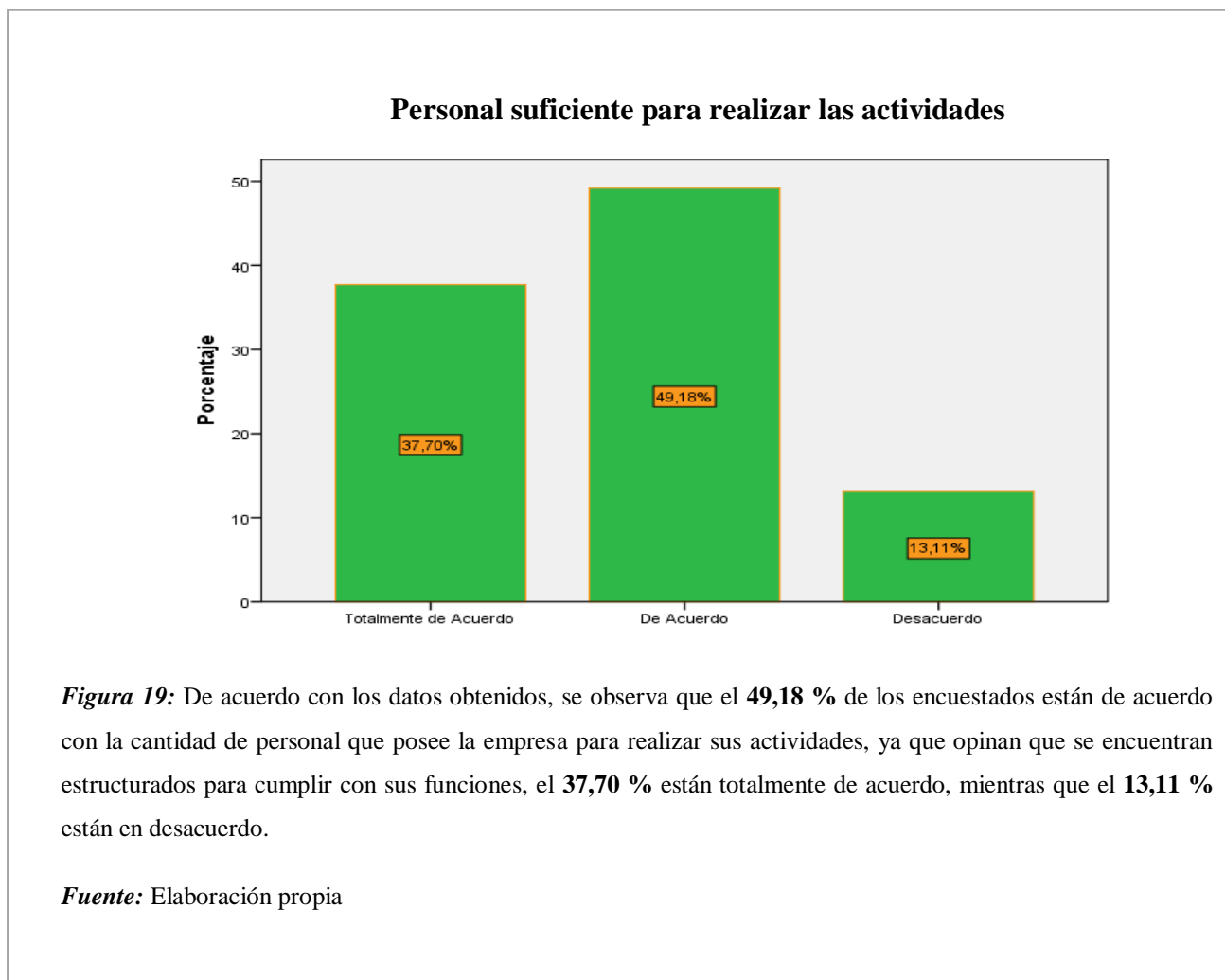


Tabla 25*Modelo de Gestión*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	5	8,2
	De Acuerdo	18	29,5
	Indiferente	26	42,6
	Desacuerdo	5	8,2
	Totalmente en Desacuerdo	7	11,5
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración Propia

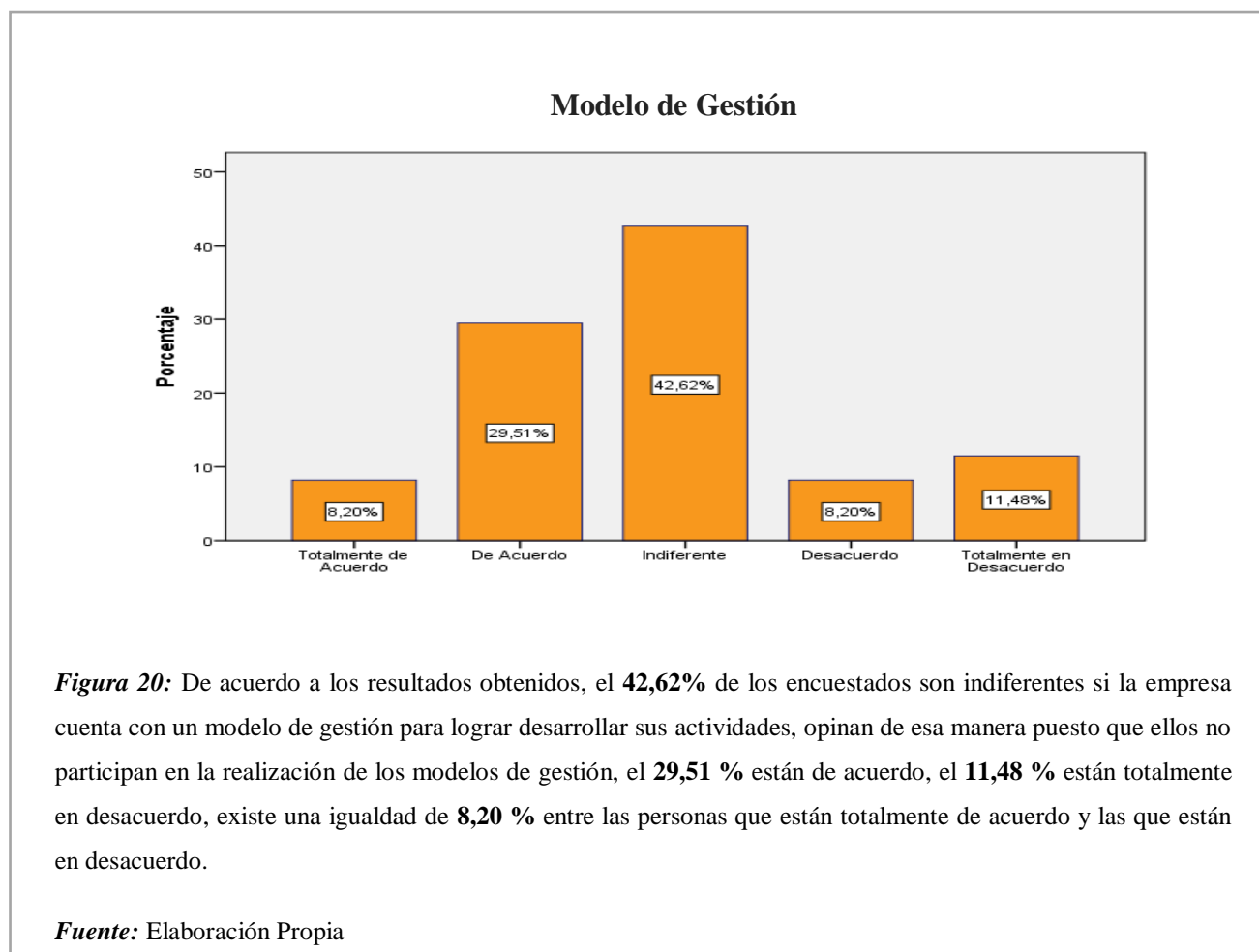
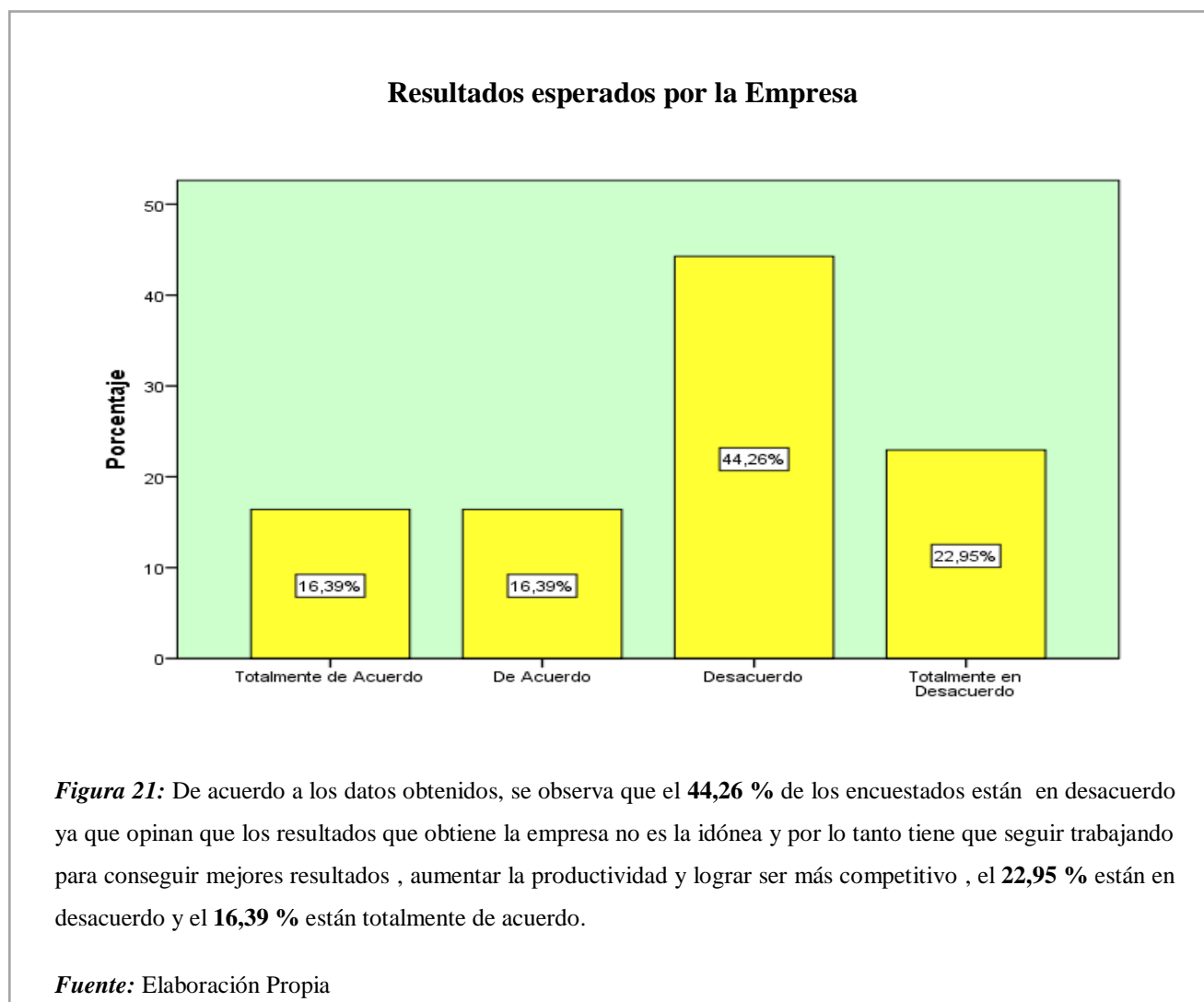


Tabla 26

Resultados esperados por la Empresa

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	10	16,39
	De Acuerdo	10	16,39
	Desacuerdo	27	44,26
	Totalmente en Desacuerdo	14	22,95
	Total	61	100,0

Fuente: Elaboración Propia



3.2. Discusión de los Resultados

El estudio afirma la hipótesis, argumenta a los objetivos pues la aplicación de las estrategias permite mejorar la competitividad de la empresa y por ende el logro de los objetivos, metas y resultados, las cuales son confiables, válidos y constatable en la realidad problemática.

Este estudio tiene por finalidad proponer estrategias para mejorar la competitividad de la Empresa Areco S.A.C 2018.

Respecto a la dimensión Ventaja competitiva con su indicador Diferenciación, se obtuvo como resultado que el **55,74 %** de los encuestados están en desacuerdo ya que consideran que la empresa no cuenta con una estrategia de diferenciación frente a la competencia, a lo que le hace vulnerable ya que puede ir perdiendo clientes y va ser menos competitiva en el mercado. Estos resultados coincide con el autor Porter (1980) indica que la estrategia de diferenciación consiste en crear en un producto o servicio algo les haga diferente y único en la industria. Algunas actuaciones buenas de la estrategia competitiva de la diferenciación pueden ser:- materias primas de mayor valor frente a los productos en el mercado- un servicio más específico al cliente y capacitado para prestar más seguridad a los consumidores en el tiempo- ofrecer un diseño del producto exclusivo que sea un atractivo muy fuerte para los clientes.

En la dimensión Factores que determinan la Competitividad con su indicador Flexibilidad se obtuvo como resultado que el **44, 26 %** de los encuestados están en desacuerdo ya que consideran que no se encuentran preparados para los cambios que se puedan presentar, además que la empresa no le presta atención ya que están más concentrados en desarrollar día a día sus tareas. Estos resultados coinciden con Crosby (1991) quien manifiesta que la flexibilidad es la capacidad de la empresa o de las personas de adaptarse ante las fuertes exigencias del mercado y de la serie de productos o servicios que están a disposición de los clientes y consumidores.

En referencia a la dimensión Factores que determinan la Competitividad con su indicador Tecnología se obtuvo como resultado que el **55,74 %** de las personas encuestadas están en desacuerdo, puesto que consideran que a la empresa le falta invertir e innovar en

nuevas tecnologías modernas e idóneas para operar, lo que le genera una desventaja. Estos resultados coinciden con Quintanilla (2004) quien manifiesta que la tecnología es la unión de base científica, que va a permitir detallar, revelar, diseñar y aplicar soluciones técnicas a dificultades prácticas de manera racional y sistemática.

En lo relacionado a la dimensión Efectividad empresarial con su indicador Eficacia se logró como resultado que el **44,26 %** de los encuestados están en desacuerdo ya que opinan que los resultados que obtiene la empresa no es la idónea y por lo tanto tiene que seguir trabajando para conseguir mejores resultados, aumentar la productividad y lograr ser más competitivo. Este resultado concuerda con el autor Mott (1972) indica que la efectividad empresarial es la destreza de una empresa para movilizar su centro de poder para la acción de producción y adaptación y para que sea efectiva se requiere que la empresa sea eficiente y eficaz en las funciones que realiza, y como resultado de esta práctica ayuda a aumentar la productividad. Una organización es efectiva cuando cumple con los objetivos y los resultados observables.

En lo relacionado a la dimensión Capital humano con su indicador motivación, se obtuvo como resultado que el **49,18 %** de los encuestados están totalmente de acuerdo con que la organización debe de motivar permanentemente al personal ya que consideran que de esa manera van a realizar sus labores con más entusiasmo, estos resultados coincide con la teoría de Brookings (1997) el cuál manifiesta que el capital humano es el aspecto más relevante dentro de una empresa, ya que representa la riqueza de la misma. Se aprecia el conocimiento y habilidades que posee y logren concebir los trabajadores para desarrollar sus funciones dentro de la empresa. Me parece importante elevar la moral del capital humano mediante la realización de capacitaciones en las cuales puedan participar, de igual manera contar con su apoyo en la elaboración de modelos de gestión, lograr que ellos se sientan importante para la toma de decisiones, otra forma de motivación sería mediante el incentivo económico por el cumplimiento de sus tareas, a través del reconocimiento y especialmente mantener un clima laboral favorable para ello.

El cuestionario utilizado ha sido preparado para las cualidades de la organización ARECO S.A.C e inmediatamente se validó por tres especialistas de la USS con una apreciación del 100 % y en seguida una prueba piloto se computariza la confiabilidad con una alfa de Cronbach de 0.839.

En conclusión, se podría testificar que se posee la certeza suficiente para manifestar que se tiene que mejorar considerablemente la variable competitividad. Para ello se tiene que elaborar una propuesta que permita mejorar la competitividad de la empresa, mediante el capital intelectual.

Determinación del Nivel de Competitividad de la empresa Areco SAC.- en los periodos 2017-2018

Para determinar el nivel de competitividad de la empresa Areco SAC se utilizó el método de productividad global cuya fórmula es:

$$\text{Productividad Global} = \text{Producción obtenida} / \text{Factores utilizados}$$

ESTADOS DE RESULTADOS - 201
ARECO SAC
ESTADO DE RESULTADOS
RUC N°: 20539158091
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018
(En soles)

	Notas	2018
Ingresos Operacionales		
2D0101 Ventas Netas (ingresos operacionales)	14	9,520,169
2D0102 Otros Ingresos Operacionales		0
Total de Ingresos Brutos		9,520,169
Costos Operacionales		
2D0201 Costo de Ventas (Operacionales)	15	-5,790
2D0202 Otros Costos Operacionales		0
Total Costos Operacionales		-5,790
Utilidad Bruta		9,514,378
2D0302 Gastos de Ventas	16	-267,494
2D0301 Gastos de Administración	17	-210,863
2D0407 Ganancia (Pérdida) por Venta de Activos		0
2D0403 Otros Ingresos		0
2D0404 Otros Gastos		0
Utilidad Operativa		9,036,021
2D0401 Ingresos Financieros		0
2D0402 Gastos Financieros		0
2D0406 Participación en los Resultados de Partes Relacionadas por el Método de Participación		0
2D0409 Ganancia (Pérdida) por Instrumentos Financieros Derivados		0
Resultado antes de Participaciones y del Impuesto a la Renta		9,036,021
2D0501 Participación de los trabajadores		0
2D0502 Impuesto a la Renta		0
2D0503 Utilidad (Pérdida) Neta de Actividades Continuas		9,036,021
2D0504 Ingreso (Gasto) Neto de Operaciones en Discontinuación		0
2D07ST Utilidad (Pérdida) Neta del Ejercicio		9,036,021
Reserva legal		0
2D07ST Resultado del Ejercicio		9,036,021
Utilidad (Pérdida) Neta del Ejercicio		9,036,021

Figura 18: Características Éticas del Criterio

$$P = 9520169 / 484147$$

$$P = 19.6664$$

- De acuerdo a estos resultados indica que la empresa tiene un nivel de competitividad medio, puesto que es igual que 1.

ESTADOS DE RESULTADOS - 2017

ARECO SAC

ESTADO DE RESULTADOS

RUC N°: 20539158091

DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2017

(En soles)

	Notas	2017
Ingresos Operacionales		
2D0101 Ventas Netas (ingresos operacionales)	14	9,916,157
2D0102 Otros Ingresos Operacionales		0
Total de Ingresos Brutos		9,916,157
2D0201 Costo de Ventas (Operacionales)	15	-593
2D0202 Otros Costos Operacionales		0
Total Costos Operacionales		-593
Utilidad Bruta		9,915,564
2D0302 Gastos de Ventas	16	-182,966
2D0301 Gastos de Administración	17	-175,044
2D0407 Ganancia (Pérdida) por Venta de Activos		0
2D0403 Otros Ingresos		0
2D0404 Otros Gastos		0
Utilidad Operativa		9,557,554
2D0401 Ingresos Financieros		0
2D0402 Gastos Financieros		195
2D0406 Participación en los Resultados de Partes Relacionadas por el Método de Participación		0
2D0409 Ganancia (Pérdida) por Instrumentos Financieros Derivados		0
Resultado antes de Participaciones y del Impuesto a la Renta		9,557,749
2D0501 Participación de los trabajadores		0
2D0502 Impuesto a la Renta		0
2D0503 Utilidad (Pérdida) Neta de Actividades Continuas		9,557,749
2D0504 Ingreso (Gasto) Neto de Operaciones en Discontinuación		0
2D07ST Utilidad (Pérdida) Neta del Ejercicio		9,557,749
Reserva legal		0
2D07ST Resultado del Ejercicio		9,557,749
Utilidad (Pérdida) Neta del Ejercicio		

Figura 19: Estado de Ganancias y Pérdidas 2017

P= 9916167/358603

P= 27.6522

- De acuerdo a estos resultados indica que la empresa tiene un nivel de competitividad alto, puesto que es mayor que 1.

3.3. Aporte Científico

“EL CAPITAL INTELECTUAL, CLAVE FUNDAMENTAL PARA OBTENER LA COMPETITIVIDAD”

I- Datos Informativos

1- CORPORACIÓN ARECO SAC	:	Chiclayo
2- DIRECCIÓN	:	Av. Petroglifos 150 -Santa Victoria
3- SECTOR	:	Construcción
4- TIPO DE EMPRESA	:	Privada
5- RUC	:	20539158091
6- TIPO DE SOCIEDAD	:	Sociedad Anónima Cerrada

II- Justificación

Actualmente al hablar sobre el capital intelectual está tomando fuerza debido que la mayor parte de las organizaciones se vuelven competitivas y por lo consiguiente más valiosas en el mercado, con base al crecimiento de la tecnología, el uso de las TIC, y lo más importante radica en el conocimiento que otorga el talento humano.

Estamos en una era donde la innovación y el avance de la tecnología son constantes, los altos directivos de las empresas tienen como objetivo sacar y aprovechar al máximo el valor oculto que se halla en el capital intelectual.

La problemática hallada en dicha investigación da lugar a acoger una opción como solución que es la de proponer estrategias para fortalecer el capital intelectual y mejorar la competitividad de la Empresa Areco S.A.C.

Esta propuesta tiene por finalidad sensibilizar y otorgarle un modelo a los directivos de la empresa del capital intelectual ya que es importante como fuente generadora de conocimiento y por consecuencia eleva la competitividad, lo cual le va a permitir a la empresa mantenerse en el mercado, ya que hoy en día es muy competitivo.

Los efectos del instrumento realizado a los trabajadores se observan que los colaboradores no sienten cómodos en el ambiente donde desarrollan sus actividades debido a diversos factores como son: falta de relación interpersonal entre los miembros de la empresa, presencia del liderazgo autoritario, de igual manera los colaboradores no están de acuerdo con el servicio de post venta que realiza la empresa puesto que no es el adecuado.

III- Objetivos

3.1.Objetivo General

Implementar estrategias para desarrollar el capital intelectual y optimizar la competitividad de la empresa Areco SAC,

3.2.Objetivos Específicos

Capacitar a los directivos, y a todos los colaboradores de la organización para que adquieran los conocimientos adecuados sobre el capital intelectual y la manera en que influye en la competitividad.

Propiciar el desarrollo del capital intelectual, interactuando de manera eficiente los 3 elementos importantes: capital humano, capital estructural y capital relacional.

Ejecutar diversas sesiones de aprendizaje en las cuales participen los integrantes de la empresa con el fin de que puedan seguir generando conocimiento mediante la implementación de la propuesta.

IV- Fundamentos Teóricos del Capital Intelectual

Concepciones Teóricas del Capital Intelectual

Según Euroforum (1998) es la unión de activos de una organización, que a pesar de que no se refleja en los informes financieros habituales, genera o crean valor en el futuro para la empresa. (p.31).

Según Brookings (1997) menciona que la unión de todos los activos intangibles que le genera a la organización marchar de manera eficiente. (p.25).

Dimensiones del Capital Intelectual

Según Euroforum (1998) al capital intelectual lo estructura de tres elementos importantes:

Capital Humano: Según Euroforum (1998) La estructura humana está conformado por el compromiso, cumplimiento de los objetivos, clima laboral, motivación, capacitación, y remuneración, los cuales son aspectos fundamentales para la persona realice sus puestos dentro de una organización y por consiguiente alcance los objetivos establecidos. (p.32).

Tabla 27

Capital Humano.

DIMENSION	INDICADORES
Capital Humano	Clima laboral, capacitación, motivación, compromiso, remuneración, cumplimiento con los objetivos.

Fuente: Elaboración propia

Capital Estructural: Según Euroforum (1998) el componente estructural está integrado por las capacidades organizacionales o planeación estratégica creadas para satisfacer las exigencias del entorno, de igual manera también el conocimiento capturado por la organización, las bases de datos, equipos, maquinarias, la propiedad de la empresa, es decir todos los bienes que ayudan a los colaboradores a realizar sus actividades. Este capital es importante para que se logre desarrollar las tareas diarias, ya que sin estos bienes el personal no lograra desarrollar sus actividades y por ende la empresa va a perder muchas oportunidades. (p.34).

Tabla 28

Capital Estructural

DIMENSION	INDICADORES
Capital Estructural	Planeación estratégica, infraestructura, base de datos, maquinarias

Fuente: Elaboración propia

Capital Relacional: Según Euroforum (1998) son las relaciones que la organización sostiene con la parte externa (usuarios, competidores, proveedores). Esta dimensión como depende de la relación con terceros la empresa no va a poder controlar. (p.35).

Tabla 29

Capital Relacional

DIMENSION	INDICADORES
Capital Relacional	Clientes, proveedores, competencia, servicio de post venta

Fuente: Elaboración propia

V- Descripción de la Propuesta

La propuesta de las estrategias para fortalecer el capital intelectual y mejorar la competitividad de la Empresa Areco S.A.C 2018 es: “El Capital Intelectual, Clave Fundamental para Obtener la Competitividad. “Y se desarrollará de la siguiente manera:

5.1. Las etapas de la propuesta son:

- a). Diagnóstico:** Efectos logrados de la aplicación del cuestionario, en la cual se pudo diagnosticar efectos negativos en algunos indicadores
- b). Planificación:** Creación del modelo de propuesta de estrategias para fortalecer el capital intelectual y mejorar la competitividad de la Empresa Areco S.A.C
- c) Implementación:** Realización de talleres, lecturas, u otras actividades de acuerdo a los objetivos a alcanzar.
- d). Propuesta:** Puesta en marcha las estrategias para fortalecer el capital intelectual y mejorar la competitividad.

VI- Establecimiento de Estrategias

El plan “EL CAPITAL INTELECTUAL, CLAVE FUNDAMENTAL PARA OBTENER LA COMPETITIVIDAD “se explicará mediante una serie de talleres, sesiones de aprendizajes, con diferentes actividades que permitirá la participación de todo el personal, de la siguiente manera:

6.1. Sesión de sensibilización a los directivos y a todo los colaboradores de la organización sobre la relevancia del capital intelectual, y la necesidad de aplicar el plan “El capital intelectual, clave fundamental para obtener la competitividad”.

6.2. Seminario a los directivos de la empresa sobre elaboración y aplicación del Modelo Skandia Navigator, la cual permitirá medir el capital Intelectual de la empresa.

6.1. Referente al Capital Humano:

6.3. Taller de dinámicas en grupo, lo cuál va a permitir resolver problemas de cómo gestionar un grupo, y por consiguiente se generará un clima laboral agradable. Tenemos el caso de “Conociéndonos”, “Nos comunicamos “.

6.4. Taller de coaching organizacional, ya que es una herramienta importante para alcanzar metas, superar obstáculos, entre otro.

6.2. Referente al Capital Estructural

6.5. Capacitación a los altos directivos sobre la Importancia de Optimizar la Base de datos de una Organización.

6.6. Taller de Formación TIC del personal, con la finalidad de actualizarse con los avances tecnológicos.

6.3. Referente al Capital Relacional

6.7 Taller de juegos de roles denominado “Role Playing para servicio al Cliente “, con el fin de darle mayor importancia a los colaboradores, de igual forma detectar deficiencias y poder mejorarlas.

6.8 Conferencia de alianzas estratégicas con otras organizaciones y proveedores.

VII- Resultados esperados del Plan

Que la directiva y los colaboradores que trabajan en la empresa ARECO SAC, tomen consciencia de lo valioso que es el Capital Intelectual y cómo influye en la competitividad.

Los directivos pongan en práctica el plan con la finalidad que optimicen sus deficiencias y sean capaz de generar mayor competitividad en el mercado.

El capital humano, el capital estructural y el capital relacional sean manejados de la manera idónea dentro de la empresa.

Compromiso de todo el personal de la empresa, mediante su participación activa en los diferentes talleres y actividades.

VIII- Población Objetivo

Directivos y colaboradores de la organización ARECO SAC.

IX- Diseños de los Talleres del Plan

El plan se llevará a cabo mediante talleres

TALLER 1

- I- Denominación** : “Sensibilización sobre la Importancia del Capital Intelectual “.
- II- Datos Generales**
- Empresa** : Areco SAC
- Dirigido** : Directivos y personal de la empresa
- Nombre del Proyecto** : “Sensibilización Sobre la Importancia del Capital Intelectual”.
- Lugar de Ejecución** : Chiclayo
- Duración** : 3 días
- III- Objetivo General**

Desarrollar un taller de sensibilización en la empresa para optimizar las deficiencias y convertirla en una organización más competitiva.

IV- Objetivos Específicos

Promover una comunicación más efectiva entre los directivos y el personal de revisión de resultados, compartir experiencias.

Fomentar y asegurar que el personal esté adquiriendo los conocimientos y por consiguiente poniéndolo en práctica.

Mejorar los tres aspectos del capital intelectual: capital humano, capital estructural y capital relacional.

V- Justificación

La realización de este taller se lleva a cabo con la finalidad de dar a conocer a los directivos y colaboradores de la organización, que el capital intelectual es un contenido muy relevante en la actualidad y es necesario que se ponga en práctica para que siga manteniéndose en el entorno y logre aumentar su competitividad, ya que a nivel internacional las organizaciones son exitosas debido a la aplicación de la misma.

VI- Metas

Directivos y Personal de la empresa

VII- Aspecto Técnico

El taller de sensibilización sobre la importancia del capital intelectual se llevará a cabo en tres días, ir paso a paso, dicho taller será llevado por un experto en la materia, en la cual contará con la participación tanto de los directivos como de todo el personal, se iniciará con la introducción, conceptualización, dimensiones y varios ejemplos de diversas empresas que son exitosas.

VIII- Organización del Taller

Se organizará de la siguiente manera: directivos, administrativos, oficiales y peones, en la cual aportaran con sus ideas, opiniones y punto de vista. Al finalizar el taller se dará un pequeño agasajo.

Tabla 30*Programación del plan*

ACTIVIDADES	DIAS		
	L	M	V
Exposición sobre la importancia del Capital Intelectual			
Organización del personal de la empresa			
Participación del personal en el taller			

Fuente: Elaboración propia**Tabla 31***Presupuesto.*

Detalle	Cantidad	Valor (S/.)	Total (S/.)
Ponente	3	S/200.00	S/.600.00
Recepción	3	S/.100	S/.300.00
Total S/.900			

Fuente: Elaboración propia**TALLER 2**

- I- Denominación** : “Taller de Dinámica “Conociéndonos”, “Nos Comunicamos “.
- II- Datos Generales**
- Dirigido** : Personal de la empresa
- Empresa** : Areco SAC
- Nombre del Proyecto** : “Conociéndonos”, “Nos Comunicamos “.
- Lugar de Ejecución** : Chiclayo

Duración : 1 día

III- Objetivo General

Contribuir al fortalecimiento y desarrollo de las competencias del personal con la finalidad que les permita liderar eficientemente equipos de trabajo.

Objetivos Específicos

Sensibilizar sobre la importancia y beneficios del trabajo en equipo.

Conocer las distintas formas de comunicación que permitan la gestión de equipos de manera asertiva.

Impulsar en los participantes el concepto de liderazgo mediante la realización de un diagnóstico.

IV- Justificación

La realización de este taller se lleva a cabo con la finalidad de dar a conocer a todo el personal de la empresa lo importante que es el trabajo en equipo y los beneficios que implica, así mismo la manera de conocerse, relacionarse, y el saber comunicarse entre ellos conlleva a generar un ambiente laboral agradable favoreciendo tanto al personal como a la prosperidad de la empresa.

V- Metas

Personal de la empresa

VI- Aspecto Técnico

El taller de dinámica “Conociéndonos”, “Nos Comunicamos “. Se llevará a cabo en 1 día, dicho taller será llevado por un experto en la materia, en la cual contará con la participación de todo el personal, se iniciará con la inducción, la realización del taller y resultados.

VII- Organización del Taller

Se organizará de la siguiente manera: se formarán equipos en la cual se les entregaran a cada participante dos tarjetas y un lápiz, de tal manera que en el anverso de una tarjeta se dibujara así mismo mientras que en el anverso escribirán sus cinco fortalezas, en la

tarjeta del otro color se enumeran cinco características positivas de otras personas del departamento, que facilitarían el trabajo grupal. Todos deben escribir las fortalezas y características en los mismos colores. El siguiente paso es recoger todas las tarjetas y volverlas a repartir de forma que a nadie le toque la que ha escrito: se leen en voz alta y sirve como reflexión sobre cómo cada uno podría mejorar en función de la valoración ajena. Al finalizar el taller se dará un pequeño agasajo.

Tabla 32

Programación del Plan

ACTIVIDADES	DIAS
Inducción sobre la realización del taller	M
Puesta en práctica del taller	
Resultados	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33

Presupuesto.

Detalle	Cantidad	Valor (S/.)	Total (S/.)
Ponente	1	S/200.00	S/.200.00
Papel bond	200	S/.0.10	S/.20.00
Lápiz	100	S/.0.50	S/.50.00
Recepción	1	S/.100	S/.100.00
Total S/.370			

Fuente: Elaboración propia

TALLER 3

I- **Denominación** : “Taller de Coaching Organizacional “.

II- **Datos Generales**

Dirigido : Directivos y Personal de la empresa

Empresa : Areco SAC
Nombre del Proyecto : “Coaching Organizacional”.
Lugar de Ejecución : Chiclayo
Duración : 1 día

III- Objetivo General

Brindar al personal las competencias idóneas e indispensables para lograr la efectividad laboral como consecuencia de un aprendizaje transformacional.

Objetivos Específicos

Indicar la importancia que tiene el coaching en la actualidad y su relación con el liderazgo.

Desarrollar la calidad de las relaciones interpersonales mediante comunicaciones asertivas y productivas.

Establecer y consolidar redes de trabajo con los integrantes de la empresa, para la consecución de los proyectos que se lleva a cabo.

IV- Justificación

Este taller se lleva a cabo con la finalidad de apoyar a los integrantes de la empresa a conducir equipos de trabajo, y fomentar el crecimiento del personal mediante su propio desarrollo personal y la adquisición de conocimientos y competencias que logren determinar la efectividad.

V- Metas

Directivos y Personal de la empresa

VI- Aspecto Técnico

El taller de “Coaching Organizacional” Se llevará a cabo en 2 días, dicho taller será llevado por un experto en la materia, en temas como: Coaching de Comunicación, Coaching de liderazgo y coaching de orientación a los resultados, en la cual contará con la participación de todo el personal, se iniciará con la ponencia, la realización del taller y resultados.

VII- Organización del Taller

Se organizará de la siguiente manera: se formaran equipos para trabajar la temática elegida por ejemplo en coaching de comunicación se tiene que realizar diferentes elaboraciones a través de una información que debe de transmitir cada uno de los miembros del grupo a otro del mismo , para que realice una tarea que desconoce , de tal manera que se obtenga a desarrollar con éxito .Al finalizar la elaboración se efectuara un resumen de la información transmitida y la información que se podía haber transmitido para desarrollar mejor las tareas. Al finalizar el taller de dará un pequeño agasajo.

Tabla 34

Programación del plan

ACTIVIDADES	DIAS
Formación de equipos de trabajo	L - J
Puesta en marcha el tema elegido	
Resultados	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35

Presupuesto.

Detalle	Cantidad	Valor (S/.)	Total (S/.)
Ponente	2	S/200.00	S/.400.00
Papel bond	100	S/.0.10	S/.10.00
Lápiz	100	S/.0.50	S/.50.00
Recepción	2	S/.100	S/.200.00
Total S/.660			

Fuente: Elaboración propia

TALLER 4

I- Denominación : “Importancia de las Bases de Datos “

II- Datos Generales

Dirigido : Directivos

Empresa : Areco SAC

Nombre del Proyecto : “Importancia de las Bases de Datos”.

Lugar de Ejecución : Chiclayo

Duración : 1 día

III- Objetivo General

Proporcionar a la empresa una manera de almacenar y recuperar los datos de forma rápida y eficiente.

Objetivos Específicos

Diseñar los procedimientos requeridos para el almacenaje de una base de datos.

Almacenar los datos útiles para la elaboración de los programas.

Desarrollar un manual de usuario para que sea más factible el uso de la base de datos.

IV- Justificación

Este taller se lleva a cabo con la finalidad de apoyar a los directivos en la toma de decisiones respecto al uso adecuado de la creación de una base de datos, la cual será de gran importancia en las actividades que realice la empresa.

V- Metas

Directivos de la empresa

VI- Aspecto Técnico

El taller de capacitación “Importancia de las Bases de Datos Se llevará a cabo en 1 día dicho taller será llevado por un experto en la materia, en la cual contará con la colaboración de los directivos de la organización se iniciará con la introducción, desarrollo y resultados.

VII- Organización del Taller

Los directivos de la empresa estarán presentes en la capacitación prestando atención al ponente sobre el tema, luego de concluir la ponencia pueden dar su punto de vista, opiniones u recomendaciones con la finalidad de mejorar e incorporar el uso adecuado de la base de datos .Al terminar el taller se dará un pequeño agasajo.

Tabla 36

Programación del plan

ACTIVIDADES	DIAS
Presencia de los directivos a la capacitación	V
Introducción y desarrollo de la temática	
Resultados	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37

Presupuesto

Detalle	Cantidad	Valor (S/.)	Total (S/.)
Ponente	1	S/200.00	S/.200.00
Recepción	1	S/.60	S/.60.00
Total			S/.260

Fuente: Elaboración propia

TALLER 5

I- **Denominación** : ” Formación TIC al Personal”

II- **Datos Generales**

Empresa : Areco SAC

Dirigido : Al personal de la empresa

Nombre del Proyecto : “Formación TICS al Personal”

Lugar de Ejecución : Chiclayo

Duración : 2 días

III- **Objetivo General**

Obtener los conocimientos y habilidades idóneos para ampliar y explotar las tecnologías de la información y las comunicaciones alineada con la estrategia general de la organización y todos los procesos que conllevan al desarrollo de las actividades de la misma.

Objetivos Específicos

Conocer la manera de designar las tecnologías para lograr satisfacer las exigencias de información de una empresa.

Obtener conocimiento en relación a la teoría, procesos y métodos de las TICS aplicada a los procedimientos de toma de decisiones, vigilancia tecnológica e inteligencia empresarial.

Identificar las tendencias respecto al desarrollo de los medios de información para el trabajo empresarial.

IV- **Justificación**

La elaboración de este taller se lleva a cabo con el fin de que los colaboradores capturen los conocimientos necesarios sobre el uso de las TICS ya que es fundamental como herramientas de apoyo y automatización de las actividades de la organización.

Gracias al uso de las TICS la mayoría de las organizaciones han logrado conseguir mayores beneficios como puede ser la mejora en sus operaciones, captación de clientes, optimización de recursos y rentabilidad.

V- Metas

Personal de la empresa

VI- Aspecto Técnico

El taller de Formación TICS al personal se llevará a cabo en dos días, dicho taller será llevado por un experto en la materia, en la cual contará con la participación de todo el personal, se utilizara un proyector, se iniciará con la introducción, conceptualización, uso, tipos y varios ejemplos de diversas empresas que son exitosas.

VII- Organización del Taller

Se organizará de la siguiente manera: se contará con la participación de administrativos, oficiales y peones, en la cual aportaran con sus ideas, opiniones y punto de vista, y al finalizar el taller se dará un pequeño agasajo.

Tabla 38

Programación del plan

ACTIVIDADES	DIAS		
	M	J	V
Exposición sobre la Importancia y uso de las TICS			
Organización del personal de la empresa			
Participación del personal en el taller			
Recepción			

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39*Presupuesto.*

Detalle	Cantidad	Valor (S/.)	Total (S/.)
Ponente	2	S/300.00	S/.600.00
Recepción	2	S/.100	S/.200.00
Total S/ 800			

Fuente: Elaboración propia**TALLER 6:**

I- **Denominación** : “Role Playing para Servicio al Cliente”

II- Datos Generales

Empresa : Areco SAC

Dirigido : Al personal de la empresa

Nombre del Proyecto : “Role Playing para Servicio al Cliente

Lugar de Ejecución : Chiclayo

Duración : 1 día

III- Objetivo General

Diseñar planes y desarrollar acciones, que logren reconocer los problemas en el servicio al cliente interno y externo, para designar acciones que logren la mejora continua de la empresa.

Objetivos Específicos

Definir actividades que fomenten en el cliente interno y externo la potenciación de actitudes y acciones, para optimizar la unión emocional y alcanzar la satisfacción.

Efectuar seguimientos continuos, para realizar programas de evaluación que permita la medición y control de las dificultades en el servicio.

Apreciar las actividades implementadas, mediante técnicas que permitan establecer los puntos débiles, para designar acciones de mejora continua.

IV- Justificación

Este taller se lleva a cabo con el propósito de darle mayor importancia al cliente interno y externo, de igual forma detectar deficiencias en relación al servicio y poder mejorarlas, mediante la implementación de actividades.

V- Metas

Personal de la empresa

VI- Aspecto Técnico

El taller de Formación Role Playing para Servicio al Cliente, se llevará a cabo en un día, dicho taller estará a cargo por un experto en la materia, en la cual contará con la participación de todo el personal, se iniciará con la inducción, preparación de los roles, luego se imprimirán los roles y se pegará en la pizarra para luego sortear los roles con los participantes asignados.

VII- Organización del Taller

Se organizará de la siguiente manera: se contará con la participación de todo el personal, en la cual se les inducirá sobre la realización de la actividad, que es el juego de rol, participaran de manera ordenada y al finalizar el taller se dará un pequeño agasajo.

Tabla 40

Programación del Plan.

Tabla 41

Presupuesto.

Detalle	Cantidad	Valor (S/.)	Total (S/.)
Ponente	1	S/200.00	S/.200.00
Hojas bond	60	S/. 0.10	S/.6.00

ACTIVIDADES	DIAS		
	V		
Inducción acerca de la actividad a desarrollar.			
Organización del personal de manera ordenada.			
Participación del personal en el taller			
Recepción			
Fuente: Elaboración propia			
Recepción	1	S/.100	S/.100.00
	Total S/ 360		
Fuente: Elaboración propia			

TALLER 7

I- **Denominación** : “Conferencia de Alianzas Estratégicas”

II- **Datos Generales**

Empresa : Areco SAC

Dirigido : Directivos de la empresa

Nombre del Proyecto : “Conferencia de Alianzas Estratégicas “

Lugar de Ejecución : Chiclayo

Duración : 1 día

III- **Objetivo General**

Fortalecer a la empresa y establecer nuevas oportunidades de negocio mediante un acuerdo entre dos o más empresas.

Objetivos Específicos

Explicar la importancia de las alianzas estratégicas como una estrategia de desarrollo, buscando obtener ventajas competitivas que accedan lograr objetivos preestablecidos, permitiendo compartir y mejorar los recursos, oprimir riesgos y proporcionar la ejecución de proyectos que por sí solas no pueden alcanzarlo.

Diseñar un modelo de posibles alianzas estratégicas, que servirá como soporte para formular lineamientos y programas de acciones estratégicas para la unificación de la empresa, teniendo en cuenta sus fortalezas y oportunidades q se presente.

IV- Justificación

Esta conferencia se lleva a cabo con el fin de proporcionarle a los directivos los conocimientos idóneos sobre las alianzas estratégicas como alternativas y estrategia para lograr el desarrollo de una organización.

V- Metas

Directivos de la empresa

VI- Aspecto Técnico

La conferencia de Alianzas Estratégicas, se llevará a cabo en un día, dicho taller estará a cargo por un experto en la materia, en la cual contará con la participación de los directivos, se iniciará con la introducción, desarrollo del tema, participación de los directivos, casos de empresas exitosas.

VII- Organización del Taller

Se organizará de la siguiente manera: se contará con la participación de los directivos, el ponente explicara el tema a desarrollar mediante el uso del proyector y la utilización de la pizarra acrílica contando con la participación de los directivos y al finalizar el taller se dará un pequeño agasajo.

Tabla 42

Programación del plan

ACTIVIDADES	DIAS
Introducción del tema a desarrollar	J
Organización de los directivos	
Participación de los directivos en el taller	
Recepción	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 43

Presupuesto.

Detalle	Cantidad	Valor (S/.)	Total (S/.)
Ponente	1	S/200.00	S/.200.00
Recepción	1	S/.100	S/.100.00
Total S/ 300			

Fuente: Elaboración propia

TALLER 8

- I- **Denominación** : “Elaboración y Aplicación del Modelo Navigator Skandia”
- II- **Datos Generales**
- Empresa** : Areco SAC
- Dirigido** : Directivos de la empresa
- Nombre del Proyecto** : “Modelo Navigator Skandia “
- Lugar de Ejecución** : Chiclayo

Duración : 5 días

III- Objetivo General

Desarrollar el modelo Skandia Navigator para la medición del capital intelectual, a través del estudio de la información que describa el estado de los diferentes departamentos y procesos de la empresa.

IV- Objetivos Específicos

Determinar la realidad actual de la empresa ARECO SAC en el mercado en que se encuentra.

Analizar el valor real de los activos intangibles de la organización mediante la aplicación del modelo Navigator Skandia.

Comparar los resultados de la valoración de la empresa por métodos habituales y por el modelo Navigator Skandia.

V- Justificación

Este Seminario se lleva a cabo con el fin de proporcionarle a los directivos los conocimientos idóneos sobre el método para medir el capital Intelectual Navigator Skandia, el cuál es de gran importancia para medir los activos intangibles de una organización, y por lo tanto puedan elaborarlo y aplicarlo en la empresa.

VI- Metas

Directivos de la empresa

VII- Aspecto Técnico

El seminario Elaboración y Aplicación del Modelo Navigator Skandia, se llevará a cabo en cinco días, dicho taller estará a cargo por un experto en la materia, en la cual contará con la participación de los directivos, se iniciará con la introducción, desarrollo del tema, elaboración y aplicación del modelo y participación de los directivos.

VIII- Organización del Taller

Se organizará de la siguiente manera: se contará con la participación de los directivos, el ponente explicará el tema a desarrollar mediante el uso del proyector y la utilización de la pizarra acrílica contando con la participación de los directivos y al finalizar el taller se dará un pequeño agasajo.

Modelo Navigator Skandia

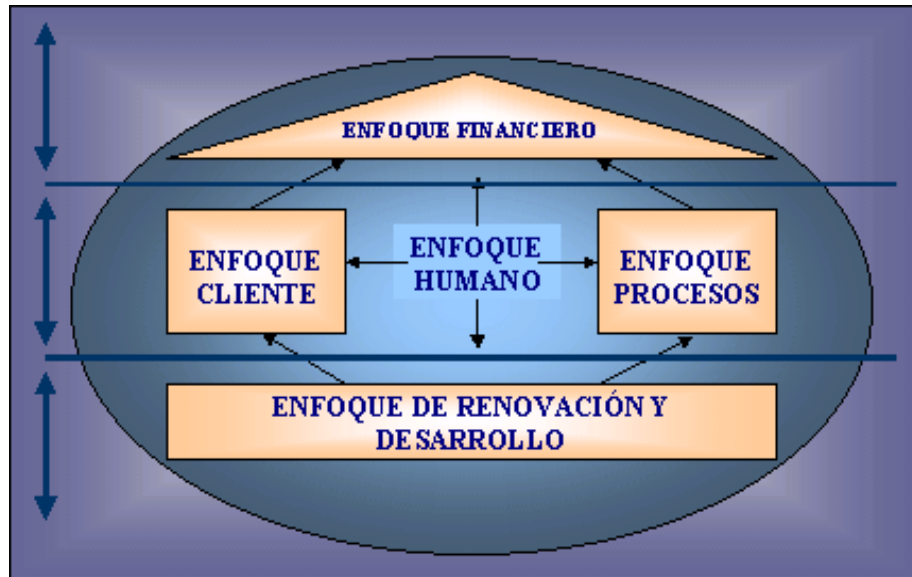


Figura 20: Modelo Navigator Skandia

Tabla 44*Programación del plan*

ACTIVIDADES	DIAS				
	L	M	M	J	V
Introducción del tema a desarrollar	X				
Organización de los directivos	X				
Desarrollo del tema	x				
Recopilación de datos de la empresa.		x			
Elaboración del Modelo			x		
Aplicación del Modelo			x		
Análisis del Modelo				x	
Comparación con los modelos tradicionales					x
Participación de los directivos en el taller					x
Recepción	X	x	x	x	x

Fuente: Elaboración propia**Tabla 45***Presupuesto.*

Detalle	Cantidad	Valor (S/.)	Total (S/.)
Ponente	5	S/150.00	S/.750.00
Recepción	5	S/.50	S/.250.00
Total			S/ 1000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 46*Cronograma General de actividades*

ACTIVDADES/ SEMANA	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Sensibilización sobre la Importancia del Capital Intelectual.		X																		
Taller de Dinámica “Conociéndonos, Nos Comunicamos”										X										
Taller de coaching Organizacional.										X										
Capacitación Importancia de las Bases de Datos.														X						
Formación TIC al Personal.														X						
Role Playing para Servicio al Cliente																			X	
Conferencia de Alianzas Estratégicas																		X		

Elaboración y Aplicación del Modelo Navigator Skandia	X
--	---

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 47

Presupuesto de materiales.

Detalle	Cantidad	Valor (S/.)	Total (S/.)
Papel bond	360	S/. 0.10	S/.36.00
Lapis	200	s/.0.50	s/.100.00
Total de Materiales			S/.136.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 48

Servicios.

Detalle	Cantidad	Valor (S/.)	Total (S/.)
Ponente	16	S/.200.00	S/3200.00
Total de Servicios			S/.3400.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 49

Otros Varios.

Detalle	Cantidad	Valor (S/.)	Total (S/.)
Recepción	15	S/.100.00- 60	S/.1560.00
Total de Otros Varios			S/.1560.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 50

Presupuesto general de la Propuesta

Materiales	S/.136.00
Servicios	S/.3400.00
Otros varios	S/.1560.00
Presupuesto	S/.5096

Fuente: Elaboración propia

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Luego de haber investigado y analizado los resultados del estudio mediante el procedimiento estadístico y del planteamiento teórico, se llega a la conclusión que:

La Hipótesis que se propuso al comenzar la investigación es que Si el capital intelectual como estrategia mejora la competitividad de la empresa Areco S.A.C. ha sido aceptada. Los resultados que se obtuvieron con el procedimiento estadístico afirman que si la empresa diseña estrategias, logrará mejorar y elevar su competitividad.

Al analizar la situación actual de la empresa Areco SAC y conocer su nivel actual de competitividad se encontró que en la dimensión capital humano los colaboradores si están dispuestos a comprometerse con la cultura organizacional, de igual manera están totalmente de acuerdo que la empresa tiene que motivarlos y capacitarlos permanentemente ,pero la empresa tiene que seguir trabajando para eliminar algunas deficiencias como mejorar el clima laboral y lograr sus objetivos en el tiempo establecido, de esta manera este factor que es el más importante permitirá desarrollaran y contribuir de la manera más efectiva para aumentar su competitividad.

Se aprecia que en la dimensión factores que determinan la competitividad la mayoría opina que la organización no posee la tecnología para realizar sus actividades lo que le genera una desventaja frente a sus competidores y por ende disminuye su nivel de competitividad, de igual modo la empresa tiene que mejorar en la toma de decisiones por parte de sus directivos.

De manera general se concluye que la empresa Areco SAC para el periodo 2018 posee un nivel de competitividad medio, ya que para determinarlo se utilizó el método de Productividad global, en la cual se realizó con la información financiera de los periodos de 2017-2018, obteniendo como resultado que para el periodo 2018, la empresa posee un nivel medio de 19.6664, mientras que para el periodo de 2017 posee un nivel de competitividad de 27.6522, por lo que su nivel es alto.

De igual manera con el diseño y la ejecución de las estrategias del capital intelectual, reforzará y mejorará su nivel de competitividad.

RECOMENDACIONES

Después del trabajo de investigación y luego de haber realizado las conclusiones, me permite brindar las siguientes recomendaciones:

Aplicar el plan El Capital Intelectual, Clave Fundamental para Obtener la Competitividad “en la empresa ARECO SAC- Chiclayo.

En primer término se tiene que dar a conocer a los directivos de la empresa sobre el plan a desarrollar, para que ellos den mayor énfasis y sepan contribuir a la mejora de la empresa.

Que todos los miembros de la empresa se responsabilicen y colaboren en el establecimiento de las estrategias, mediante los diversos talleres, capacitaciones, coaching y seminarios con el propósito de fortalecer el capital intelectual y optimizar la competitividad, lo cual será beneficioso tanto para la empresa como para ellos mismos.

Contratar a personas externas a la organización, especialistas en los temas de los diferentes talleres, capacitaciones, coaching y seminarios para que brinden sus conocimientos, experiencias y principalmente contribuya a la mejora de la empresa.

La empresa debe poner mayor atención en su capital humano ya que es fuente principal, promoviendo a través de sus talleres al fortalecimiento y desarrollo de las competencias del personal con la finalidad que les permita liderar eficientemente equipos de trabajo y por consiguiente se cree un clima organizacional agradable.

Respecto al capital estructural la empresa debe de evaluar otras bases de datos para conocer y elegir la apropiada, con el propósito de optimizar los procedimientos.

En el capital relacional la empresa si quiere captar y retener a sus clientes tiene que mejorar su servicio de post venta ya que los clientes actualmente no son fieles, mediante estrategias como ofrecer asesoramiento, ofrecer regalos o promociones, entre otros.

REFERENCIAS

- Ahumada, E. y Perusquia, J. (2014). Inteligencia de negocios: Estrategia para el Desarrollo de Competitividad en empresas de Bases Tecnológicas. *Contaduría y Administración*. (29 de Octubre 2014). Recuperado de <http://www.cya.unam.mx/index.php/cya/article/view/769/942>
- Aliaga, J. (2016). *Capital intelectual y Productividad laboral en el Centro materno Infantil – Santa Anita, 2015*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejos- Lima. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8487/Guisado_CLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alvarado, L., Varas., M. y Sánchez, L. (2014). Diseño de Modelo de Gestión Estratégica aplicado al Sector de la Construcción: Impacto de las Agrupaciones empresariales. *Scielo*. (Abril 2014). Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-915X2012000100002
- Amaya, I., Pozo, H., y Zelaya, F. (2015). Competitividad de las empresas comercializadoras de materiales de construcción legalmente constituidas en la ciudad de Estelí. *Farem*. (10 de diciembre 2015). Recuperado de <https://www.lamjol.info/index.php/FAREM/article/view/2603/2353>
- Brookings, A. (1997). *El Capital Intelectual*. Recuperado de <https://www.casadellibro.com/libro-el-capital-intelectual-el-principal-activo-de-las-empresas-del-t-ercer-milenio/9788449304699/585711>
- Bueno, E. (1998). *El Capital Intangible como Clave Estratégica en la Competencia*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4785>
- Castellano, F, Helena, M y Cuesta, C. (2016). Importancia de las TIC para la competitividad de las Pymes en Colombia. *Puente*. (20 de agosto 2016). Recuperado de <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/7022-14250-1-SM.pdf>

- Castillo, J. (2017). *El capital intelectual y la gestión gerencial en la Municipalidad de San Juan de Lurigancho” 2015*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejos-Lima. Recuperado de http://181.224.246.201/bitstream/handle/UCV/5556/Castillo_NJW.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Combariza, C., Molano, E, y Niño, I. (2014). *La Valoración de Capital Intelectual en las Pequeñas y Medianas Empresas de la Provincia del Sugamuxi*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia- Bogotá. Recuperado de <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1595/1/TGT-330.pdf>
- Chávez, R. (2017). *Aplicación de la mejora de procesos para incrementar la competitividad en el área de operaciones, en Zwei Hunde Ingenieros SAC, Pueblo Libre, 2017*. (Tesis de licenciatura). Universidad César Vallejos. Lima. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12138/Ch%C3%A1vez_VRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Duárez, P. (2015). *Estrategias de Marketing Directo para la Competitividad Empresarial de la discoteca Dejavu S.A.C*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Señor de Sipan-Chiclayo
- De la Garza, H., Zerón, M. y Sánchez, Y. (2015). El Capital Intelectual y su importancia en la Competitividad de las pequeñas y medianas empresas del centro del Estado de Tamaulipas, México. *Revista Nacional de Administración*.(Enero-Junio 2015).Recuperado de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/717-1753-1-PB.pdf
- Edvinsson, L. y Malone, M. (1999). *El Capital Intelectual: Como identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de la empresa*. España: Gestión 2000.
- Euroforum. (1998). *Medición del Capital Intelectual. Modelo Intelect*. Madrid, España: IUEE, San Lorenzo del Escorial.
- Ferrin, H. (2018). *El Capital Intelectual y su Impacto en la Competitividad de las micros empresas de Semielaborados de Tagua de la ciudad Manta-Ecuador*.(Tesis Doctoral).Universidad Nacional Mayor de San Marcos-Lima .Recuperado de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Ferrin_sh%20(3).pdf

- Flores, J. y Silva, M. (2018). *La Responsabilidad Social Empresarial para Incrementar la Competitividad en la Empresa Helatonys - Chiclayo 2016*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Señor de Sipán-Chiclayo-Perú.
- Gómez, M. (2009). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (2a. ed.). Córdova: Editorial Brujas.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México. McGraw-Hill
- Jacinto, A. y De los Santos, S. (2015). *Estrategias de Marketing Relacional para la Competitividad de la Empresa MC Express –Chiclayo*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Señor de Sipán-Chiclayo-Perú.
- Kaplan, R. y Norton, D. (1997). *El Cuadro de Mando Integral*. España: Gestión 2000.
- Ley, K. (2017). *Método de Capital Intelectual para Valorizar las Empresas del Sector de Servicios de Mantenimiento Electromecánico Caso: Coprosur Ings S.R.L.* (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa-Arequipa. Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/4747/COlechkl.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- León, P. (2016). *Propuesta de Estrategias Competitivas para Pequeñas Empresas del Sector de la Construcción. Caso: Galeontech Cía. Ltda.* (Tesis de maestría). Universidad Andina Simón Bolívar. Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5370/1/T2087-MBA-Leon-Propuesta.pdf>
- Limache, E. (2017). *Capital Intelectual en la Competitividad de las MIPYMES de la Región Tacna -2015*. (Tesis Maestría). Universidad Privada de Tacna. Tacna-Perú.
- López, D. y Vásquez, D. (2016). *Análisis de la Competitividad de la Empresa Agropucalá S.A.A. utilizando el modelo del Diamante de Porter en el periodo 2010 – 2013*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Señor de Sipán. Chiclayo -Perú

- Mantilla, S.A. (2004). *Contabilidad Intelectual & Contabilidad del Conocimiento*, Ecoe Editores, Bogotá.
- Martínez, L. (2017). *Medición y Gestión del Capital Intelectual en las Instituciones de Educación Superior (IES) de las Fuerzas Militares de Colombia*. (Tesis de doctorado). Universidad Autónoma de Madrid. España. Recuperado de https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/681743/martinez_moreno_luis_gerardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Marulanda, D. (2017). Los Intangibles y su Relación con el Índice de Competitividad Global – GCI aplicado a Colombia. *Contaduría Universidad de Antioquia*. (Mayo 2017). Recuperado de <https://search.proquest.com/central/docview/2012126653/fulltextPDF/6460314B1FD542E0PQ/12?accountid=39560>
- Noreña, A., Alcaraz, N., Rojas, J. y Rebolledo, D. (2012). Aplicabilidad de los Criterios de rigor y Éticos en la Investigación Cualitativa. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74124948006>
- Obregón, J. (2017). *La Gestión de Calidad y Competitividad de las Micros y Pequeñas empresas del Sector Servicio Rubro Alquiler de Maquinaria y Equipos de Construcción en el Distrito de Independencia, 2016*. (Tesis de Maestría). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote-Huaraz. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4180/COMPETITIVIDAD_GESTION_OBREGON%20GARAY%20JIMMY%20CHARLES.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Otalvarez, J. (2015). *Análisis del Capital Intelectual en las Organizaciones*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Francisco de Paula Santander-Ocaña. Recuperado de <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/770/1/27896.pdf>
- Paico, J. y Rodríguez, L. (2017). *Formulación de un Plan Estratégico y su Influencia en la Competitividad de la Empresa Constructora Ingenieros Civiles Industriales S.A.* (Tesis

- de Licenciatura). Universidad nacional de Trujillo-Trujillo. Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/9549>
- Pastrana, N. (2015). *Modelo de medición del capital intelectual en las carreras acreditadas de Ingeniería Industrial del Perú*. (Tesis de doctorado). Universidad Mayor de San Marcos. Lima. Recuperado de file:///C:/Users/MARIA/Downloads/Pastrana_dn.pdf
- Pietrosemoli, L. (2014). *Modelo de gestión del Conocimiento para la Competitividad del Sector de las Construcciones Petroleras, Petroquímicas y Energéticas Venezolana*. (Tesis doctoral). Universidad Politécnica de Madrid-España. Recuperado de http://oa.upm.es/29360/1/Licia_Diana_PIETROSEMOLI_DE_DIKDAN.pdf
- Porter, M. (1991). *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. Barcelona, España: Plaza & Janés.
- Porter, M. (2006). *Estrategia y Ventajas Competitivas*. Madrid: Deusto.
- Quintanilla, M. (2004). *Tecnología: Un enfoque filosófico. Y otros ensayos de filosofía de la tecnología*. FCE. México.
- Rivasplata, K. (2018). *El Capital Intelectual en la Competitividad de las Empresas. Una Revisión Sistemática*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada del Norte- Trujillo. Recuperado de http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14596/Rivasplata%20Chavez%20Klory%20Stefanny_parcial.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rodríguez, E. y Santisteban, M. (2015). *Estrategias Organizacionales y Competitividad de la Constructora Rocar-Ferreñafe*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Señor de Sipan-Chiclayo-Perú.
- Roos J., Ross G., Dragoneti, C., y Edvinsson, L. (1997). *Capital Intelectual*. España, Barcelona: Paidós.
- Salazar, Y. (2018). *Gestión Estratégica para el mejoramiento de la Competitividad en la Empresa Uteco SRL*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional Federico Villarreal. Lima-Perú. Recuperado de <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/2128?show=full>

- Saint, H. (1996): *“Tacit Knowledge. The Key to the Strategic Alignment of Intellectual Capital”*. Recuperado de <http://www.intangiblecapital.org/index.php/ic/article/view/1158/709>
- Stewart, T. (2006). *La nueva riqueza de las organizaciones: el Capital Intelectual*. Barcelona, España: Granica.
- Sierra, C. (2002). *Metodología de la investigación*. (4ta edición). Lemonine. Bogotá
- Távora, C. y Vásquez, L. (2014). *Propuesta de un Plan Estratégico para mejorar la Competitividad del Servicio de la Constructora Ingcooper S.A.C, Chiclayo 2014*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Señor de Sipan-Chiclayo-Perú.
- Tapia, M. (2016). El Capital Intelectual Factor Elemental para la Calidad de Servicios y la Satisfacción de los Usuarios de la Municipalidad Provincial de Puno. *Scielo*. (29 de febrero 2016). Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S221971682016000100001
- Velásquez, K. (2017). *Productividad y su Relación con la Competitividad en la Industria Metal mecánica de la Provincia de Trujillo, en el año 2016*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada del Norte-Trujillo. Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/13130/Velasquez%20Araujo%20Katherine%20Lisseth%20-%20parcial.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zapata, V. (2015). Análisis de Competitividad de los Países de la Comunidad Andina de Naciones. *Revista de Economía & Administración*, 12.

ANEXOS

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

**EL CAPITAL INTELECTUAL COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA
ARECO S.A.C- 2018**

Tabla 51

Matriz de Consistencia.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN
	Objetivo General			
	Proponer estrategias del capital intelectual para mejorar la competitividad de la Empresa Areco S.A.C 2018.		Variable Dependiente	Tipo de investigación
¿De qué manera el capital intelectual mejorará la competitividad de la empresa Areco SAC, Chiclayo 2018?	Analizar la situación actual del capital intelectual de la empresa Areco S.A.C.	H1: Si el capital intelectual como estrategia mejora la competitividad de la empresa Areco S.A.C.	Competitividad	Descriptivo-con enfoque cuantitativo.
	Objetivos específicos		Variable Independiente	Diseño de investigación
			Capital Intelectual	

Determinar el nivel de competitividad de la Empresa Areco S.A.C.

Diseñar estrategias para fortalecer el capital intelectual y mejorar la competitividad de la empresa Areco S.A.C

No experimental-
Transversal

Fuente: Elaboración propia

CUESTIONARIO SOBRE “EL CAPITAL INTELECTUAL COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA ARECO SAC. CHICLAYO-2018”

DATOS PERSONALES

Sexo: _____ **Edad:** _____ **Nivel de estudios:** _____

INSTRUCCIONES: Indique lo que usted piensa acerca de las características descritas en cada uno de los ítems. Marque con una (X) si su respuesta es:

	1	2	3	4	5
	TA	DA	I	D	TD
	Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo
Preguntas	Escala de Likert				
	TA	DA	I	D	TD
	1	2	3	4	5
1. ¿Usted se encuentra comprometido con la cultura organizacional de la empresa?					
2. ¿Cree Ud. que la empresa logra con sus objetivos planteados en el tiempo establecido?					
3. ¿Usted se siente satisfecho en el ambiente en donde desarrolla sus actividades?					
4. ¿Usted está de acuerdo con que la empresa debe motivar al personal permanentemente?					
5. ¿Usted considera que la empresa debe de brindar programas de capacitación permanentemente al personal?					
6. ¿Usted está de acuerdo con la remuneración que percibe por parte de la empresa?					
7. ¿Considera Usted que los colaboradores deben de participar en la realización de la planeación estratégica de la empresa?					
8. ¿Considera Usted que es importante la base de datos con la que opera la empresa?					
9. ¿Usted conoce las estrategias que utiliza la empresa para captar a nuevos clientes?					

10. ¿Usted considera que la empresa debe de capacitar a sus proveedores en temas de calidad?					
11. ¿Usted cree que la empresa conoce con exactitud quienes son sus competidores directos?					
12. ¿Usted está de acuerdo con los servicios de post venta que realiza la empresa?					
13. ¿Cree Ud. que la empresa referente a sus servicios ofrece mejores precios en comparación de la competencia?					
14. ¿La empresa cuenta con una estrategia detallada de cómo diferenciarse de los demás?					
15. ¿Cree Ud. que la empresa ha desarrollado y comunicado con claridad su público objetivo?					
16. ¿Considera Ud. que el personal de la empresa se encuentre capacitado para actividades de innovación permanente?					
17. ¿Considera Usted que la empresa cuenta con la tecnología propicia para realizar las actividades?					
18. ¿Usted cree que los directivos son capaces de tomar decisiones rápidas para gestionar la empresa?					
19. ¿Considera Usted que la empresa cuenta con el personal suficiente para llevar a cabo las actividades?					
20. ¿Usted piensa que la empresa cuente con un modelo de gestión para realizar sus actividades?					
21. ¿Considera Usted que la empresa siempre obtiene los resultados esperados?					

VALIDACIÓN DE ENCUESTA

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		<i>Jose F. Eizue Ullman B.</i>
PROFESIÓN		<i>Lic. Administración</i>
ESPECIALIDAD		<i>Administración</i>
EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)		<i>10 años</i>
CARGO		<i>Docente en la UPEL</i>
"EL CAPITAL INTELECTUAL COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA ARECO S.A C CHICLAYO- 2018"		
DATOS DE LOS TESISISTAS		
NOMBRES	Wong Ramos Maria Ofelia	
ESPECIALIDAD	Escuela de Administración	
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u> Proponer estrategias de capital intelectual para mejorar la competitividad de la empresa Areco SAC, Chiclayo 2018.	
	<u>ESPECÍFICOS</u> Analizar la situación actual del capital intelectual de la empresa Areco S.A.C. Determinar el nivel de competitividad de la Empresa Areco S.A.C. Diseñar estrategias para fortalecer el capital intelectual y mejorar la competitividad de la empresa Areco S.A.C.	
EVALÚE CADA ÍTEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ÍTEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		

DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 23 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de Alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
CAPITAL INTELECTUAL	
<p>1. ¿Usted se encuentra comprometido con la cultura organizacional de la empresa?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>2. ¿Cree usted que la empresa logra sus objetivos planteados en el tiempo establecido?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>3. ¿Usted se siente satisfecho en el ambiente donde desarrolla sus actividades?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>4. ¿Usted está de acuerdo con que la empresa debe de motivar al personal permanentemente?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>5. ¿Usted considera que la empresa debe de motivar permanentemente al personal?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>

<p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	
<p>6. ¿Usted está de acuerdo con la remuneración que percibe por parte de la empresa?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>7. ¿Considera usted que los colaboradores deben de participar en la realización de la planeación estratégica de la empresa?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>8. ¿Considera usted que es importante la base de datos con la que opera la empresa?</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>

<p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<hr/>
<p>9. ¿Usted conoce las estrategias que utiliza la empresa para captar a nuevos clientes?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/>
<p>10. ¿Usted considera que la empresa debe capacitar a sus proveedores en temas de calidad?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/>
<p>11. ¿Usted cree que la empresa conoce con</p>	<p>TA(✓) TD()</p>

<p>exactitud quienes son sus competidores directos?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>12. ¿Usted está de acuerdo con los servicios de postventa que realiza la empresa?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>COMPETITIVIDAD</p>	
<p>13. ¿Cree Ud. que la empresa referente a sus servicios ofrece mejores precios en comparación de la competencia?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	
<p>14. ¿La empresa cuenta con una estrategia detallada de cómo diferenciarse de los demás?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>15. ¿Cree Ud. que la empresa ha desarrollado y comunicado con claridad su público objetivo?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>16. ¿Considera Ud. que el personal de la empresa se encuentre capacitado</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>

<p>para adaptarse a la flexibilidad?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<hr/>
<p>17. ¿Considera Ud. que la empresa cuenta con la tecnología propicia para realizar las actividades?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>18. ¿Usted cree que los directivos son capaces de tomar decisiones rápidas para gestionar la empresa?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>

<p>19. ¿Considera Usted que la empresa cuenta con el personal suficiente para llevar a cabo las actividades?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>20. ¿Usted piensa que la empresa cuente con un modelo de gestión para realizar sus actividades?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>21. ¿Considera Usted que la empresa siempre obtiene los resultados esperados?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

b) De Acuerdo c) Indiferente c) Desacuerdo d) Totalmente en Desacuerdo	
1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA _____ N° TD _____
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES	



JUEZ - EXPERTO
10018050

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		<i>Gustavo Sanchez Christie</i>
PROFESIÓN	<i>lic. de Administración</i>	
ESPECIALIDAD	<i>Mg. en Control del Talento Humano</i>	
EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	6	
CARGO	<i>Administrativa CREO Ambato 1005-17</i>	

"EL CAPITAL INTELECTUAL COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA ARECO S.A.C CHICLAYO- 2018"

DATOS DE LOS TESISISTAS

NOMBRES	Wong Ramos Maria Ofelia
ESPECIALIDAD	Escuela de Administración
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u> Proponer estrategias de capital intelectual para mejorar la competitividad de la empresa Areco S.A.C, Chiclayo 2018.
	<u>ESPECÍFICOS</u> Analizar la situación actual del capital intelectual de la empresa Areco S.A.C. Determinar el nivel de competitividad de la Empresa Areco S.A.C. Diseñar estrategias para fortalecer el capital intelectual y mejorar la competitividad de la empresa Areco S.A.C.

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "7A" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "7D" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO. SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS

DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 23 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
CAPITAL INTELECTUAL	
<p>1. ¿Usted se encuentra comprometido con la cultura organizacional de la empresa?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA[✓] TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>2. ¿Cree usted que la empresa logra sus objetivos planteados en el tiempo establecido?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA[✓] TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>3. ¿Usted se siente satisfecho en el ambiente donde desarrolla sus actividades?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TDI ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>4. ¿Usted está de acuerdo con que la empresa debe de motivar al personal permanentemente?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TDI ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>5. ¿Usted considera que la empresa debe de motivar permanentemente al personal?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p>	<p>TA(✓) TDI ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>

<p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	
<p>6. ¿Usted está de acuerdo con la remuneración que percibe por parte de la empresa?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>7. ¿Considera usted que los colaboradores deben de participar en la realización de la planeación estratégica de la empresa?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>8. ¿Considera usted que es importante la base de datos con la que opera la empresa?</p>	<p>TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>

<p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>_____</p>
<p>9. ¿Usted conoce las estrategias que utiliza la empresa para captar a nuevos clientes?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>10. ¿Usted considera que la empresa debe capacitar a sus proveedores en temas de calidad?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>11. ¿Usted cree que la empresa conoce con</p>	<p>TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()</p>

<p>exactitud quienes son sus competidores directos?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>12. ¿Usted está de acuerdo con los servicios de postventa que realiza la empresa?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>COMPETITIVIDAD</p>	
<p>13. ¿Cree Ud. que la empresa referente a sus servicios ofrece mejores precios en comparación de la competencia?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>

<p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	
<p>14. ¿La empresa cuenta con una estrategia detallada de cómo diferenciarse de los demás?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>15. ¿Cree Ud. que la empresa ha desarrollado y comunicado con claridad su público objetivo?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>16. ¿Considera Ud. que el personal de la empresa se encuentre capacitado</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>

<p>para adaptarse a la flexibilidad?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<hr/>
<p>17. ¿Considera Ud. que la empresa cuenta con la tecnología propicia para realizar las actividades?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>18. ¿Usted cree que los directivos son capaces de tomar decisiones rápidas para gestionar la empresa?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>

<p>19. ¿Considera Usted que la empresa cuenta con el personal suficiente para llevar a cabo las actividades?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>20. ¿Usted piensa que la empresa cuente con un modelo de gestión para realizar sus actividades?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>21. ¿Considera Usted que la empresa siempre obtiene los resultados esperados?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

b) De Acuerdo c) Indiferente c) Desacuerdo d) Totalmente en Desacuerdo	
1. PROMEDIO OBTENIDO:	Nº TA _____ Nº TD _____
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES	



JUR. EXPERTO

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		Juan Amilear Villanueva Galdey en
PROFESION		Lic. Administrador
ESPECIALIDAD		M.B.A.
EXPERIENCIA PROFESIONAL(EN AÑOS)		04 años
CARGO		UTC
EL CAPITAL INTELECTUAL COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA ARECO S.A.C CHICLAYO- 2018		
DATOS DE LOS TESISISTAS		
NOMBRES	Wong Ramos Maria Ofelia	
ESPECIALIDAD	Escuela de Administración	
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u>	
	Proponer estrategias de capital intelectual para mejorar la competitividad de la empresa Areco S.A.C, Chiclayo 2018.	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>ESPECÍFICOS</u>	
	Analizar la situación actual del capital intelectual de la empresa Areco S.A.C.	
	Determinar el nivel de competitividad de la Empresa Areco S.A.C.	
Diseñar estrategias para fortalecer el capital intelectual y mejorar la competitividad de la empresa Areco S.A.C.		
<p>EVALÚE CADA ÍTEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "7A" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ÍTEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS</p>		

DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 23 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
CAPITAL INTELECTUAL	
<p>1. ¿Usted se encuentra comprometido con la cultura organizacional de la empresa?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA [✓] TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>2. ¿Cree usted que la empresa logra sus objetivos planteados en el tiempo establecido?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA [✓] TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>3. ¿Usted se siente satisfecho en el ambiente donde desarrolla sus actividades?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TAL <input checked="" type="checkbox"/> TDI <input type="checkbox"/></p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>4. ¿Usted está de acuerdo con que la empresa debe de motivar al personal permanentemente?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TAL <input checked="" type="checkbox"/> TDI <input type="checkbox"/></p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>5. ¿Usted considera que la empresa debe de motivar permanentemente al personal?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p>	<p>TAL <input checked="" type="checkbox"/> TDI <input type="checkbox"/></p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>

<p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	
<p>6. ¿Usted está de acuerdo con la remuneración que percibe por parte de la empresa?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>7. ¿Considera usted que los colaboradores deben de participar en la realización de la planeación estratégica de la empresa?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>8. ¿Considera usted que es importante la base de datos con la que opera la empresa?</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>

<p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>_____</p>
<p>9. ¿Usted conoce las estrategias que utiliza la empresa para captar a nuevos clientes?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>10. ¿Usted considera que la empresa debe capacitar a sus proveedores en temas de calidad?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>11. ¿Usted cree que la empresa conoce con</p>	<p>TA(✓) TD()</p>

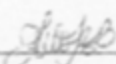
<p>exactitud quienes son sus competidores directos?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>12. ¿Usted está de acuerdo con los servicios de postventa que realiza la empresa?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>COMPETITIVIDAD</p>	
<p>13. ¿Cree Ud. que la empresa referente a sus servicios ofrece mejores precios en comparación de la competencia?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	
<p>14. ¿La empresa cuenta con una estrategia detallada de cómo diferenciarse de los demás?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(/) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>15. ¿Cree Ud. que la empresa ha desarrollado y comunicado con claridad su público objetivo?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(/) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>16. ¿Considera Ud. que el personal de la empresa se encuentre capacitado</p>	<p>TA(/) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>

<p>para adaptarse a la flexibilidad?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<hr/>
<p>17. ¿Considera Ud. que la empresa cuenta con la tecnología propicia para realizar las actividades?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>
<p>18. ¿Usted cree que los directivos son capaces de tomar decisiones rápidas para gestionar la empresa?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <hr/> <hr/>

<p>19. ¿Considera Usted que la empresa cuenta con el personal suficiente para llevar a cabo las actividades?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>20. ¿Usted piensa que la empresa cuente con un modelo de gestión para realizar sus actividades?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p> <p>b) De Acuerdo</p> <p>c) Indiferente</p> <p>c) Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en Desacuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>21. ¿Considera Usted que la empresa siempre obtiene los resultados esperados?</p> <p>a) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

b) De Acuerdo c) Indiferente c) Desacuerdo d) Totalmente en Desacuerdo	
1. PROMEDIO OBTENIDO:	Nº TA _____ Nº TD _____
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES	

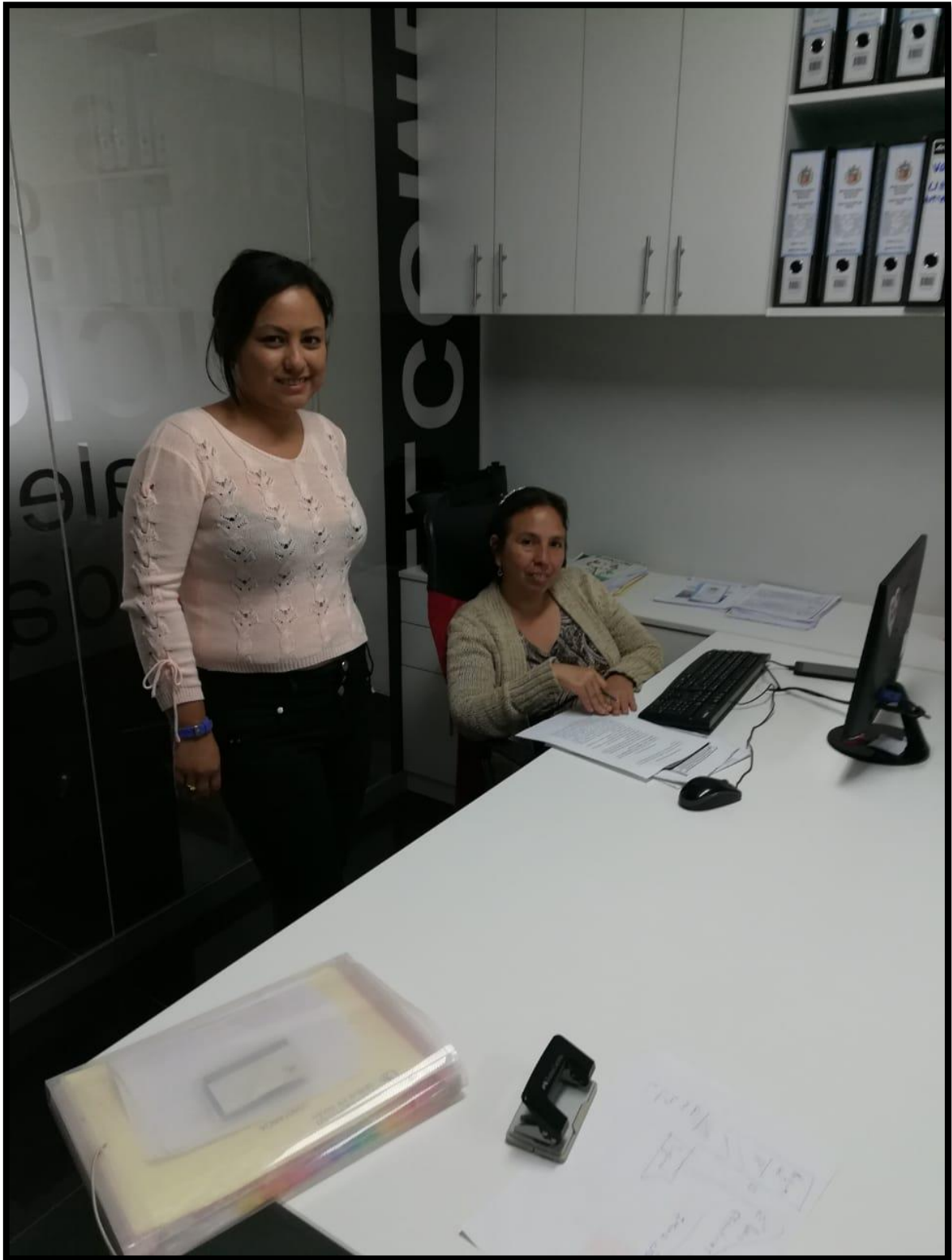


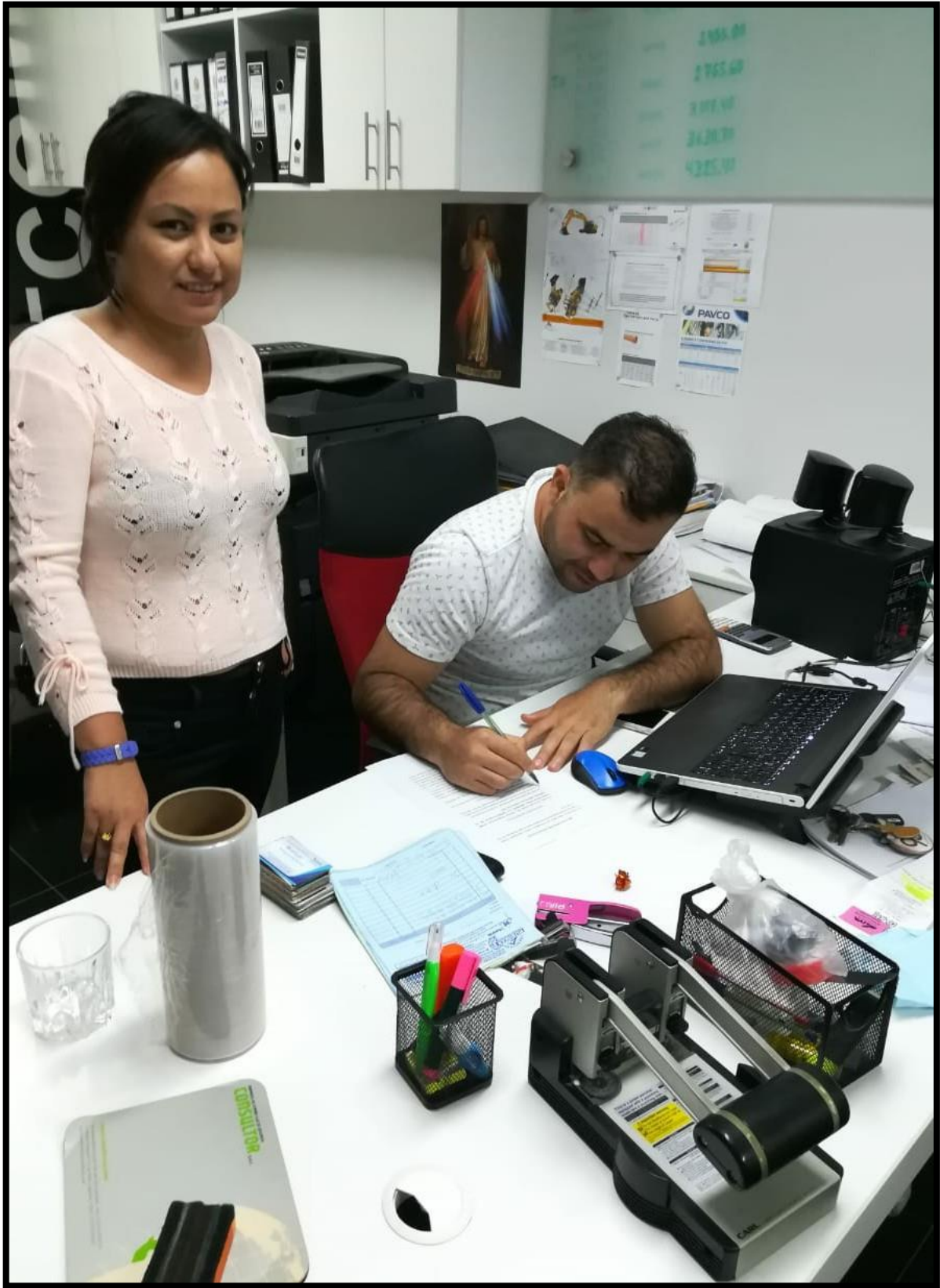
JUEZ - EXPERTO
CUI: 41400493

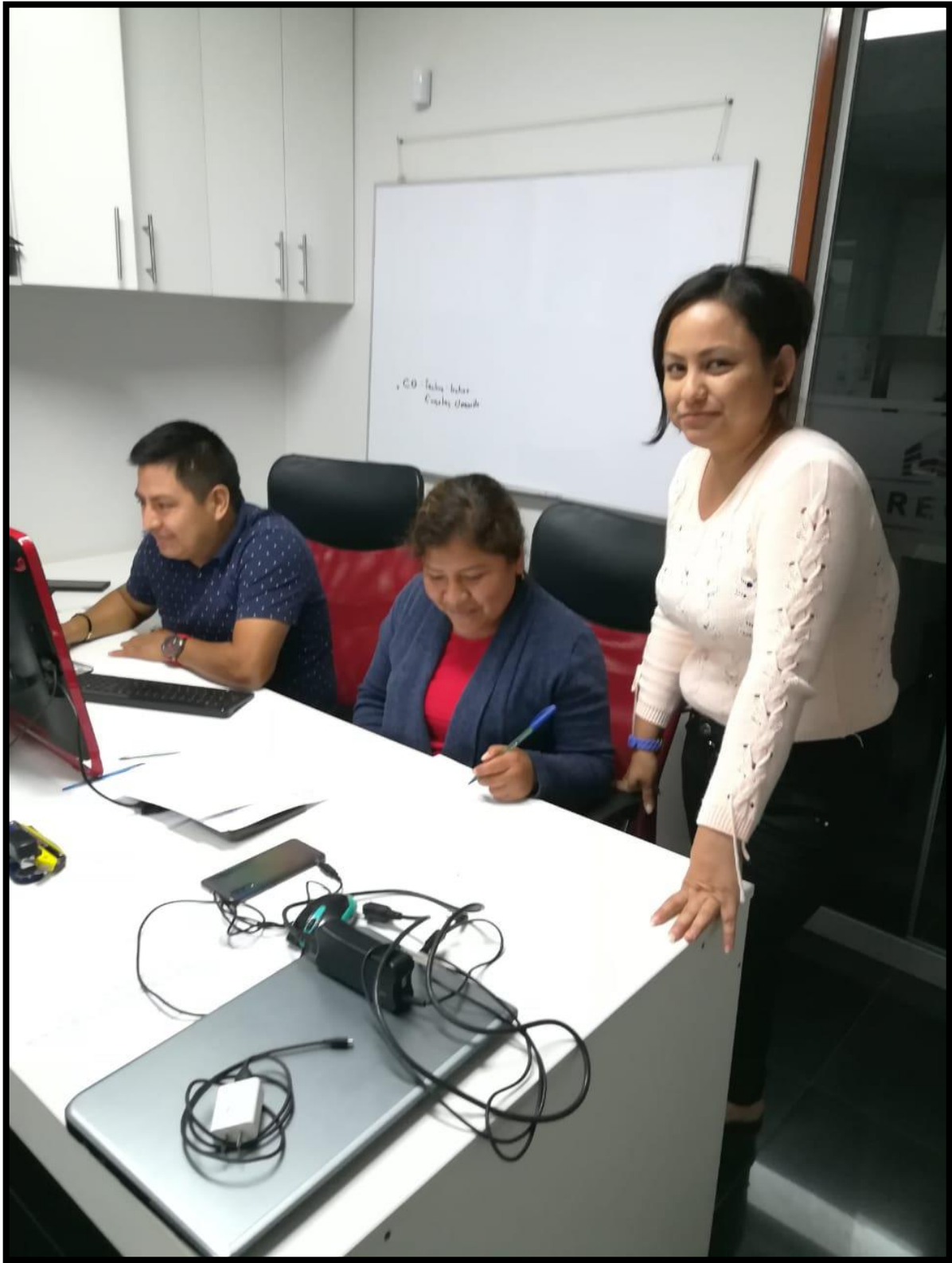
FOTOS

ARECO SAC









SUPERVISIÓN DE LAS ACTIVIDADES POR PARTE DE LAS AUTORIDADES



RESOLUCIÓN DE PROYECTO



UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 1636- FACEM-USS-2018

Chiclayo, 19 de diciembre del 2018.

VISTO:

El oficio N° 1013-2018/FACEM-DA-USS, de fecha 18 de diciembre del 2018, en donde la Directora de la EAP de Administración, solicita la aprobación de los proyectos de tesis de los estudiantes del IX ciclo del semestre académico 2018-II, y;

CONSIDERANDO:

Que, la investigación constituye una función esencial y obligatoria de la Facultad de Ciencias Empresariales de la USS; ya que a través de la producción del conocimiento se desarrollan propuestas de solución a las necesidades de la sociedad; con especial énfasis en la realidad nacional.

Que, el trabajo de investigación: tesis, es un estudio que debe denotar rigurosidad metodológica, originalidad, relevancia social, utilidad teórica y/o práctica en el ámbito empresarial.

Que, según el artículo 29° del Reglamento de Grados y Títulos Específico de la FACEM, una vez aprobado el título del trabajo de investigación: Tesis, por parte del comité de Investigación de la escuela profesional; éste será registrado en el catálogo virtual de trabajos de investigación de la Facultad, a cargo del coordinadora de investigación de la escuela profesional de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Estado a lo expuesto y en el uso de las atribuciones conferidas,

SE RESUELVE

ARTÍCULO ÚNICO: APROBAR los Proyectos de Tesis de los estudiantes del IX ciclo del semestre académico 2018-II, de la EAP de Administración, que desarrollan la asignatura de Investigación I, sección "D", a cargo de la Dra. Emma Verónica Ramos Farroñan de acuerdo al cuadro adjunto.

REGÍSTRASE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE

USS UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN SAC

Dra. Carmen Elvira Rojas Prado
Decana
Escuela de Ciencias Empresariales

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
Facultad de Ciencias Empresariales

Mg. Sandra Mory Guarnizo
SECRETARÍA ACADÉMICA

Cc.: Archivo, escuela.

ADMISIÓN E INFORMES
074 40 111 074 111
CAMPUS UES
Km. 5, Carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 1636- FACEM-USS-2018

ALUMNO	TITULO DE INVESTIGACION
DE LOS SANTOS TESEN KIARA ALEXANDRA	"ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN PARA LOGRAR UNA VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA BRASAS CHIKEN-FERRENAFE 2018"
DÍAZ CACHIQUE CARLOS MIGUEL	"ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR PARA LA DECISIÓN DE COMPRA EN EL SUPERMERCADO PLAZA VEA, CHICLAYO 2018"
DÍAZ RUIZ JHAN KARLO	"PLAN DE MARKETING DE SERVICIOS PARA INCREMENTAR LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE DE LA TIENDA CARSA, CHICLAYO 2018"
GORDILLO LUMBA MARIA CELENY	"MARKETING EXPERIENCIAL PARA INCREMENTAR EL NIVEL DE SASTIFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA ANGEL DIVINO S.A.C CHICLAYO 2018"
GUEVARA ALARCÓN JUAN FERNANDO	"ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y SU INFLUENCIA EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE LOS PRODUCTOS DE LA MARCA TOTTUS, CHICLAYO 2018"
GUEVARA GUEVARA ROSALITA	"ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA IMPRENTA GIGANTOGRAFIA FORTIN COLORS CHICLAYO 2018"
MARTÍNEZ RIMARACHIN MARICARMEN	"ESTRATEGÍAS DE COMUNICACIÓN UTILIZANDO REDES SOCIALES PARA LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES DEL HOTEL GRAN SIPAN E.I.R.L, CHICLAYO 2018"
MORALES GAVIDIA FANY	"ESTRATEGÍAS DE DIFERENCIACIÓN DE SERVICIOS PARA REFORZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA TOURS ANGEL DIVINO S.A.C , CHICLAYO 2018"
POZO JABO DIANA JESSENA	"PROPUESTA DE MEJORA DE GESTIÓN LOGÍSTICA PARA OPTIMIZAR EL PROCESO DE CONTROL DE LA I.E. SAN NICOLAS N° 10824, CHICLAYO, 2018"
SÁNCHEZ GOICOCHEA MARÍA BELLÉN	"GESTIÓN DEL CAMBIO Y SU CONTRIBUCIÓN A LA EFICIENCIA OPERATIVA DEL GOBIERNO REGIONAL DE LAMBAYEQUE-GERENCIA DE AGRICULTURA, SEDE CHICLAYO 2018"
WONG RAMOS MARÍA OFELIA	"EL CAPITAL INTELECTUAL COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA ARECO S.A.C, CHICLAYO 2018"

ADMISIÓN E INFORMACIÓN
074 611 116
CAMPUS PUNO
Km. 5, Carretera a Puno
Chiclayo, Perú

FORMATO T1



FORMATO Nº T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES) (LICENCIA DE USO)

Pimentel, 12 de Noviembre 2019

Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presente.-

El suscrito: María Ofelia Wang Rauos con DNI 46121126

En mi calidad de autor exclusivo de la investigación titulada:
El Capital intelectual como estrategia para mejorar la
Competitividad de la empresa Arede S.A.C Chiclayo
2018.

presentado y aprobado en el año 2019 como requisito para optar el título de
Licenciada en Administración de la Facultad de
Ciencias Empresariales, Programa Académico de
ADMINISTRACIÓN, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Vicerrectorado de investigación
de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer
sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en
este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo Nº 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NUMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
<u>Wang Rauos María Ofelia</u>	<u>46121126</u>	<u>[Firma]</u>

CARTA DE ACEPTACIÓN



ARTE EN EJECUCIÓN Y CONSULTORÍA DE OBRAS
R.U.C 20539158091

Chiclayo, 03 de Septiembre del 2018.

Señor (a)

DRA. CARMEN ELVIRA ROSAS PRADO
Decana de la Facultad de Ciencias Empresariales
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN

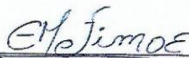
Ciudad:

Asunto: Aceptación de estudiante de Administración para
realizar "TRABAJO DE INVESTIGACIÓN"

Es grato dirigirme a Ud. para expresarle mi cordial saludo a nombre de la empresa ARECO S.A.C y a la vez para indicar que la srta MARIA OFELIA WONG RAMOS estudiante del IX ciclo de administración, ha sido aceptada en nuestra empresa para realizar su trabajo de investigación del curso de Investigación I, llevarse a cabo en horarios coordinados con la estudiante para brindarle la información necesaria.

Sin otro particular, quedo de usted, reiterando nuestro aprecio y estima personal.

Atentamente,



Milly Esquen Guevara
Recursos Humanos

Av. Petroglifos 150 – Sta. Victoria – Chiclayo / e-mail: areco.ingenieros@gmail.com
Telfs: (074) 233625 – (074) 438285 – RPM: #981728596 - # 972628731 – RPC: 993003751

DECLARACIÓN JURADA



DECLARACIÓN JURADA

DATOS DEL AUTOR:

Autor

Autores

Wong Ramos María Ofelia
Apellidos y nombres

46121126

DNI N°

2112814247

Código N°

Presencial

Modalidad de estudio

Administración

Escuela académico profesional

Ciencias Empresariales

Facultad de la Universidad Señor de Sipán

Ciclo X

DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

Tesis

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor o autores del proyecto y/o informe de investigación titulado
COLOCAR NOMBRE DE TRABAJO
La misma que presento para optar el grado de:
Licenciado en Administración
2. Que el proyecto y/o informe de investigación citado, ha cumplido con la rigurosidad científica que la universidad exige y que por lo tanto no atentan contra derechos de autor normados por Ley.
3. Que no he cometido plagio, total o parcial, tampoco otras formas de fraude, piratería o falsificación en la elaboración del proyecto y/o informe de tesis.
4. Que el título de la investigación y los datos presentados en los resultados son auténticos y originales, no han sido publicados ni presentados anteriormente para optar algún grado académico previo al título profesional.

Me someto a la aplicación de normatividad y procedimientos vigentes por parte de la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN y ante terceros, en caso se determinara la comisión de algún delito en contra de los derechos del autor.

María Ofelia Wong Ramos

NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

DNI N° *46121126*



RESULTADOS TURNITIN

EL CAPITAL INTELECTUAL COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA ARECO S.A.C CHICLAYO- 2018

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%	14%	0%	17%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	3%
2	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	2%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Señor de Sipan Trabajo del estudiante	1%
5	Submitted to Universidad Señor de Sipan Trabajo del estudiante	1%
6	repositorio.autonoma.edu.co Fuente de Internet	1%
7	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
8	www.injef.com Fuente de Internet	1%

ACTA DE ORIGINALIDAD



ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Carlos Daniel Gonzales Hidalgo, docente del curso de Investigación II de la Escuela Profesional de Administración Y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N°1636-FACEM-USS-2019, de la estudiante WONG RAMOS MARIA OFELIA, titulada EL CAPITAL INTELECTUAL COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA ARECO S.A.C, CHICLAYO 2018

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 18%, verificable en el reporte final de análisis de originalidad mediante software de similitud TURNITNING.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio con lo establecido en la Directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de la Universidad Señor de Sipán S.A.C., APROBADA MEDIANTE Resolución de Directorio N° 221-2019/PD-USS.

Pimentel, 18 de diciembre del 2019

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Carlos Daniel Gonzales Hidalgo', is written over a horizontal line.

M. Sc. Carlos Daniel Gonzales Hidalgo

DNI: 16736514