

Efectos de las ventajas competitivas empresariales de las PYMES florícolas de Cotopaxi: un acercamiento a la gestión de capital intelectual

Effects of business competitive advantages of Cotopaxi flower SMEs: an approach to intellectual capital management

Karina Maribel Pérez Ulloa, María Belén Díaz Basantes, Elías David Caisa Yucailla

RESUMEN

Las empresas pymes del Ecuador presentan problemáticas como cambios sociales, económicos y culturales debido a la escasa inversión de activos intangibles y recursos avanzados como otros países. Por tal razón, como objetivo se pretende analizar los factores que influyen a las ventajas competitivas empresariales de las pymes florícolas de Cotopaxi ante la gestión del capital intelectual. Se aplicó una encuesta de 30 empresas florícolas en la provincia del Cotopaxi y el análisis factorial exploratorio. Como resultado, reveló dos componentes percibidos por los encuestados respecto al capital intelectual: capital humano (CPHM) y capital estructural (CPET). Sin embargo, existen falencias en la dimensión de capital estructural de personal con experiencia y desempeño satisfactorio (0,571), motivación al personal (0,257), personal calificado y competente (0,434), procesos productivos y relaciones con los proveedores (0,443). El capital intelectual influye frente a la ventaja competitiva forma parte de las empresas florícolas, permite el posicionamiento dentro del mercado.

Palabras claves: Pymes; florícolas; ventaja competitiva; capital intelectual; recursos; economía.

Karina Maribel Pérez Ulloa 

Universidad Técnica de Ambato – Ecuador. km.perez@uta.edu.ec

María Belén Díaz Basantes 

Universidad Técnica de Ambato – Ecuador. mdiaz0625@uta.edu.ec

Elías David Caisa Yucailla 

Universidad Técnica de Ambato – Ecuador. eliasdcaisa@uta.edu.ec

<http://doi.org/10.46652/pacha.v4i10.165>

ISSN 2697-3677

Vol. 4 No. 10 enero-abril 2023, e230165

Quito, Ecuador

Enviado: noviembre 24, 2022

Aceptado: febrero 01, 2023

Publicado: febrero 19, 2023

Publicación Continua

ABSTRACT

SMEs in Ecuador present problems such as social, economic, and cultural changes due to the low investment of intangible assets and advanced resources like other countries. For this reason, the objective is to analyze the factors that influence the business competitive advantages of flower-growing SMEs in Cotopaxi before the management of intellectual capital. A survey of 30 floricultural companies in the Cotopaxi province and exploratory factor analysis were applied. As a result, it reveals two components perceived by the respondents with respect to intellectual capital: human capital (CPHM) and structural capital (CPET). However, there are shortcomings in the dimension of structural capital of personnel with experience and satisfactory performance (0.571), motivation of personnel (0.257), qualified personnel and competence (0.434), production processes and relationships with suppliers (0.443). Intellectual capital influences the competitive advantage is part of flower companies, allows positioning within the market.

Keywords: SMEs; floriculture; competitive advantage; intellectual capital; resources; economy.

1. Introducción

El capital intelectual suele ser un recurso importante, un factor clave del éxito económico y la creación de valor comercial (Nahuat, 2020). El capital intelectual en las pymes del Ecuador tiene efectos significativos como ventaja competitiva en el mercado, sin embargo, es considerable conocer aspectos problemáticos como los cambios sociales, económicos, de medio ambiente y culturales debido a la constante innovación donde la competitividad de las empresas ecuatorianas hace que las empresas tengan una escasa inversión de activos intangibles por la falta de recursos avanzados como otros países (Rodríguez & Aviles, 2020).

En el Ecuador las pymes del sector florícolas se han expandido de forma internacional debido a las exportaciones a los países de China, Rusia y Estados Unidos. En el año 2019 se encontró en el cuarto puesto dentro de las primordiales exportaciones para el país y existía alrededor de 211 empresas que operan y se dedican al sector del cultivo y producción de flores de capullos y cortadas. Vale recalcar que las empresas activas del sector florícola se encuentran en centro y norte de la sierra ecuatoriana, también se encuentran distribuidas en 9 de 24 provincias (Superintendencia de Compañías, 2022).

Conforme a la Superintendencia de compañías (2019), el porcentaje de las empresas activas, en primer lugar, se encontró la provincia de Pichincha 72,99%, seguido de la provincia de Cotopaxi 14,22%, Imbabura 3,79%, Azuay 2,84%, Guayas 2,84%, Carchi 1,90%, Santo Domingo de los Tsáchilas 0,47% y la provincia de Tungurahua 0,47%. También se evidenció, los cantones con mayor participación siendo en la Provincia del Pichincha: Quito 41,23%, Cayambe 15,64%, Pedro Moncayo 13,74%, Mejía 1,90% y Rumiñahui 0,47%. En la provincia de Cotopaxi fueron los cantones de Latacunga 12,32%, Pujilí 1,42% y Salcedo 0,47% (Aval, 2019).

El reporte estadístico mensual Expoflores (2022), en el mes de enero se dio a conocer que el exportador florícola tuvo una participación de exportaciones no petroleras del 4,9% y se encontró en el quinto lugar con un valor de 82 millones de dólares 15% y un volumen de 14 miles de tonela-

das 10%. Los destinos en exportaciones Estados Unidos disminuyo -22% de crecimiento de valor y -23% de crecimiento de volumen, seguido de Holanda +100% de crecimiento de valor y volumen, Rusia +100% crecimiento de valor y volumen, Bielorrusia +100% de crecimiento de valor y volumen, Italia 89% de crecimiento de valor y 97% de crecimiento de volumen.

De acuerdo con la variedad de exportaciones se encuentra las rosas 29% de crecimiento de valor y 19% crecimiento de volumen, seguido de las flores de verano -39% de crecimiento de valor y -21% de crecimiento de volumen, los gypsophila -10% de crecimiento de valor y -21% de crecimiento de volumen, las flores preservadas 34% de crecimiento de valor y 33% de crecimiento de volumen, los claveles 68% de crecimiento de valor y 62% de crecimiento de volumen (Expoflores, 2022).

La comercialización exterior es muy importante para el país debido a que es un soporte del crecimiento del desarrollo social y económico, por lo que, el sector florícola representa una industria dinámica y fuerte que genera divisas con muchos países desarrollados. Por lo que Cedillo et al. (2021), realizó la investigación con el objetivo de determinar el comportamiento del sector florícola conforme a la balanza comercial durante el periodo del 2009 a marzo 2020 con un análisis de datos trascendentales del sector. Mediante un estudio descriptivo, cuantitativa y longitudinal dio como resultado que el sector florícola aporta de manera positiva con una participación del 7,43% en los primeros trimestres del año 2020, lo que genera ingresos y contribuye con el balance general agropecuario siendo un producto con gran ventaja competitiva.

El capital intelectual es un impulsor de la buena voluntad en una organización que crea beneficios futuros por lo que, la supervivencia de muchas empresas depende de la voluntad y capacidad para adaptarse a cambios en el mercado. Al momento de adaptarse rápidamente a los cambios y seguir siendo competitivas en el mercado, el capital intelectual se convierte cada vez más en una fuente de ventaja competitiva a través de la innovación (Bermúdez & Hernández, 2019). Por tal razón, como objetivo se pretende analizar los factores que influyen a las ventajas competitivas empresariales de las pymes florícolas de Cotopaxi ante la gestión del capital intelectual.

2. Marco teórico

2.1 El capital intelectual

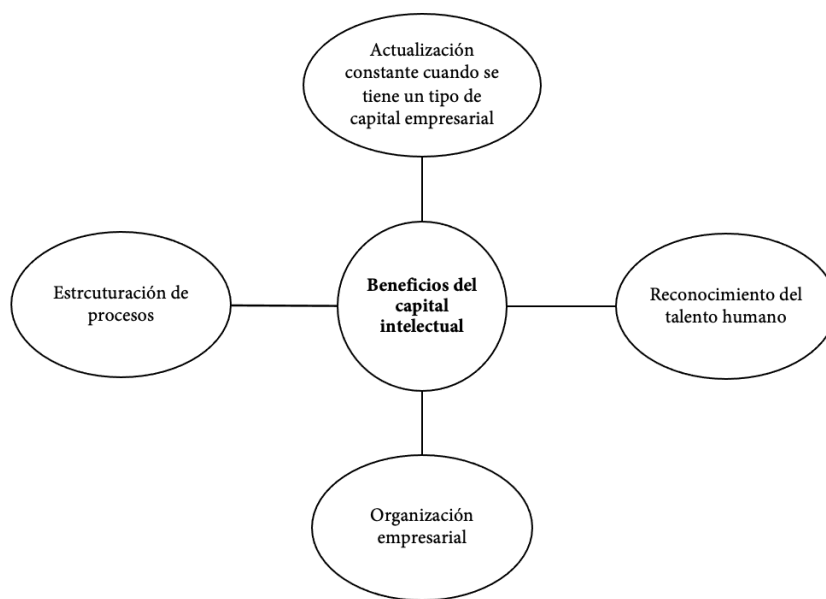
Para Brooking (1997), el capital intelectual consiste en los activos inmateriales que ayuda a las empresas funcionar. Sin embargo, Roos et al. (2001), recalcaron que es la suma de los conocimientos de los que forman parte de la organización y es interpretado conforme a la práctica del conocimiento de la marca, tramites y patentes. En cambio, para Stewart (1997), consiste en el material intelectual, la información, la propiedad intelectual, el conocimiento y la experiencia de utilizados para crear valor, citado por (Contreras & Díaz, 2022).

El capital intelectual se crea por la suma de los conocimientos existentes, y su crecimiento es posible a través de las habilidades, la organización y las relaciones con los representantes públicos de la sociedad. También se puede definir como toda la información que existe en la empresa y le es útil (Ramón & Hinojosa 2020). Si bien la información de gestión de las empresas siempre ha dependido de datos financieros y económicos, la inteligencia financiera aún se considera un factor importante para la creación de valor de la organización (Gómez et al., 2020).

2.2 Beneficios del capital intelectual

El capital intelectual es un conjunto de activos intangibles de las empresas basadas en el conocimiento, es decir, el conocimiento como nuevo recurso generador de capital económico y organizacional (Ávila et al., 2014). Los principales beneficios del capital intelectual se presentan a continuación:

Figura 1. Beneficios del capital intelectual.

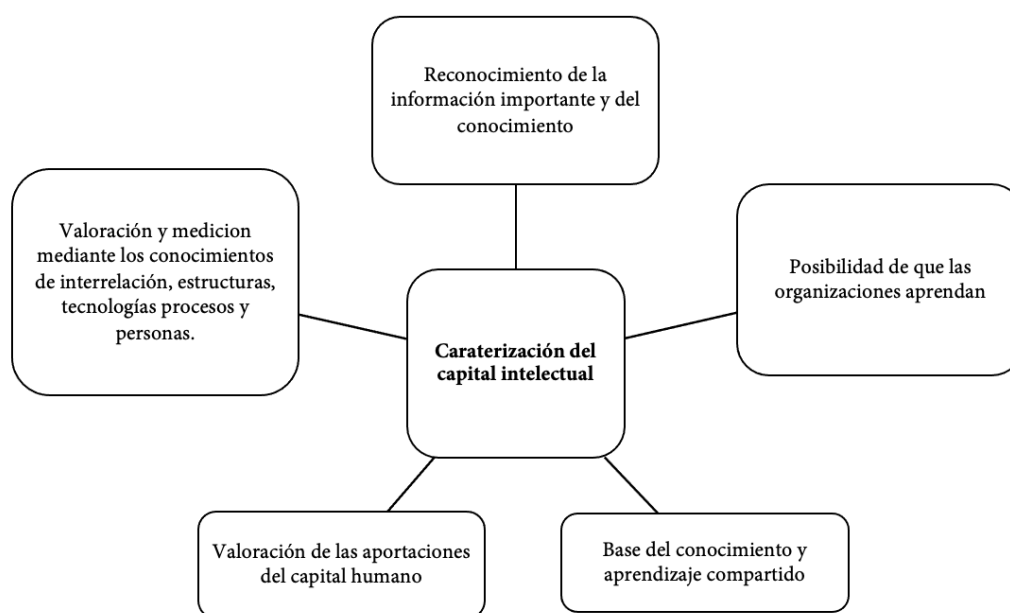


Fuente: Elaboración propia.

2.3 Caracterización del capital intelectual

La creciente diversidad del emprendimiento social y los cambios en el entorno, las estructuras y los procesos hacen que la información, la experiencia acumulada y el conocimiento en las organizaciones se consideren diferenciadores esenciales y parte del capital intelectual (Vătămănescu et al., 2019). Con base a esas consideraciones, han surgido modelos de gestión que se enfatizan en el conocimiento y buscan identificar, aumentar, estructurar, facilitar, medir y evaluar el conocimiento (Bayad & Govand, 2021). Algunos de estos enfoques incluyen la investigación del capital intelectual, la gestión del conocimiento, el aprendizaje permanente y el empoderamiento (Vitolla et al., 2020). Por tal razón, se caracteriza por lo siguiente:

Figura 2. Caracterización del capital intelectual.



Fuente: Elaboración propia.

2.4 Dimensiones del capital intelectual

El capital intelectual dentro de una empresa se puede explicar es todo el conocimiento que tiene cada empleado en la organización y las herramientas que le brindan a la empresa como una información valiosa que facilita los resultados o la toma de decisiones (Nirino et al., 2022). Por otro lado, es un activo intangible que agrega valor a sus recursos físicos, materiales y técnicos para que el negocio pueda realizar sus tareas diarias (Nurhayati et al., 2019). Para ello, el capital intelectual está conformado por las dimensiones básicas de capital humano, capital estructural, capital relacional.

El capital humano está formado por los conocimientos, la experiencia, las habilidades, los valores, el potencial innovador, los talentos y las capacidades de todos los empleados de la organización (Cahyono & Hakim, 2020). Es de suma importancia que el conocimiento de las personas pase a formar parte del capital intelectual de una empresa, que es un aspecto relacionado con la relación individuo/organización (Hermawan et al., 2020).

El capital estructural es la dimensión que integra conocimientos y capacidades organizacionales, es decir, el conocimiento que la organización busca identificar y sistematizar y por lo tanto pretende almacenar y mejorar el flujo de conocimiento (Baima et al., 2020). Esto incluirá desde la estructura organizativa, los métodos y procedimientos de trabajo, el software, las bases de datos, los sistemas de investigación y desarrollo hasta la estrategia, la cultura corporativa y los sistemas de gestión y dirección, estos activos son “propiedad” de la empresa (Oppong & Pattanayak, 2019).

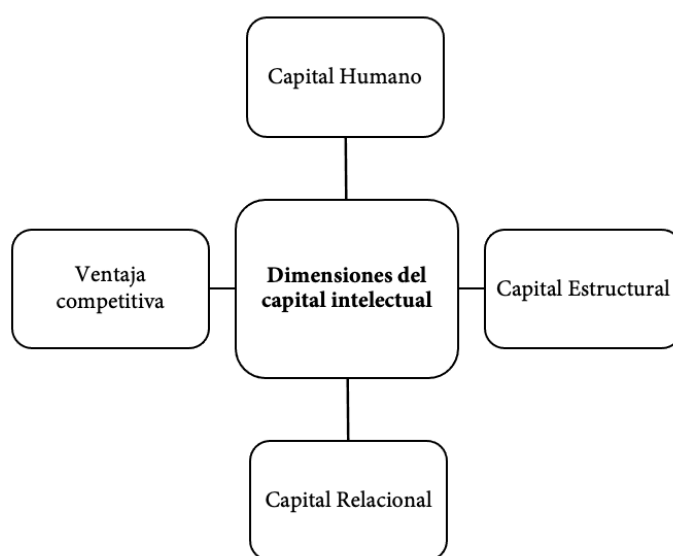
El capital relacional se refiere a las relaciones y conexiones que una empresa mantiene con su entorno, desde clientes, proveedores, competidores, accionistas hasta imagen de marca y alianzas estratégicas (Malik et al., 2020). Otros modelos amplían estas dimensiones e identifican más números, pero en lugar de incorporar nuevos aspectos, desglosan los ya descubiertos como las dimensiones básicas e importantes del capital intelectual (Benites et al., 2020).

2.5 El capital intelectual como ventaja competitiva

El capital intelectual es el valor del conocimiento, las habilidades, la formación empresarial o cualquier información de propiedad de los empleados de una empresa u organización que pueda dar a la empresa una ventaja competitiva (Iskandar & Kaltum, 2021). Sin embargo, el capital intelectual como ventaja competitiva, debe institucionalizarse y ponerse a disposición de las organizaciones como una ventaja competitiva, donde se considera el recurso y la necesidad de combinar ventajas competitivas sostenibles en base a los recursos y factores de los individuos, la empresa y la relación entre el entorno empresarial (Jamal & Anwar, 2021). Por consiguiente, se planteó las siguientes hipótesis:

- H1. El capital humano influye positivamente con el capital estructural
- H2. El capital relacional influye positivamente con el capital relacional
- H3. El capital intelectual influye positivamente con la ventaja competitiva

Figura 3. Construto del modelo de investigación.



Fuente: Elaboración propia.

3. Metodología

3.1 Ruta de investigación

El estudio tuvo un diseño no experimental con un enfoque cuantitativo que permite evaluar el capital intelectual de las empresas florícolas con una ventaja competitiva dentro del mercado. Para ello se consideró las dimensiones de intervención conforme al capital intelectual y la ventaja competitiva, para el proceso del análisis de datos estadísticamente y los resultados de la investigación.

El alcance correlacional profundizó la correlación de las dos variables principales capital intelectual y la ventaja competitiva donde interviene las subdimensiones de capital humano, capital relacional y capital estructural para la obtención de los datos de acuerdo a la percepción de los encuestados y el reconocimiento del grado de correlación en las empresas florícolas.

3.2 Participantes

Para la población y muestra poblacional es importante considerar que estadísticamente se acoge un grupo de estudio conforme a las características que le permite al investigador desarrollar posibles resultados y soluciones. Por tal motivo, la población de estudio fue de 30 florícolas en la provincia de Cotopaxi según (Aval, 2019) donde hay que recalcar que por el mínimo número de población la muestra sería de 30 encuestas y estadísticamente es por conveniencia y no probabilístico.

Tabla 1. Ficha técnica del muestro.

Parámetros	Descripción
Población	30
Entorno	Empresas florícolas, provincia de Cotopaxi
Método de captación	Encuesta
Procedimiento	Población total
Tipo de muestreo	No probabilístico- por conveniencia
Muestra de Estudio	30

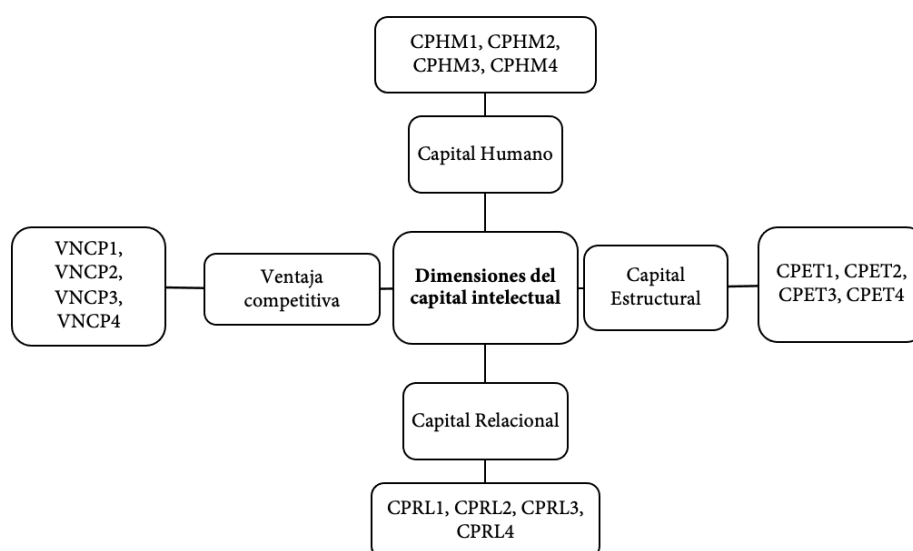
Fuente: Elaboración propia.

3.3 Diseño del instrumento

Para el diseño del instrumento se consideró las dimensiones del capital intelectual que son: Capital Humano (CPHM), Capital Estructural (CPET), Capital Relacional (CPRL) y Ventaja competitiva (VNCP). El constructo de la encuesta tiene un total de 16 preguntas con una escala de Likert del 1 al 5 donde 1 representa totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo. El cuestionario fue desarrollado de manera online a través de Google formulario que permite la realización de preguntas de forma virtual.

La primera dimensión de Capital Humano (CPHM) conforma 4 ítems de análisis, la segunda dimensión de Capital Estructural (CPET) conforma 4 pregunta de análisis, la tercera dimensión de Capital Relacional (CPRL) conforma 4 preguntas de análisis y la cuarta dimensión de Ventaja competitiva (VNCP) conforma 4 preguntas de análisis. A continuación, se muestra el constructo de las encuestas.

Figura 4. Constructo de la encuesta.



Fuente: Elaboración propia.

3.4 Validación del instrumento

El alfa de Cronbach es la forma más fácil de medir la consistencia interna y con determinar la estructura de la encuesta respecto al grado de correlación y fiabilidad para la investigación (Linares & Pozzo, 2018). Por tal razón, que se procedió a determinar la fiabilidad del constructo de investigación respecto al capital intelectual como ventaja competitiva.

Tabla 2. Ficha Alfa de Cronbach.

Factores	Alfa de Cronbach	Nº de ítems
Capital Humano	0,934	4
Capital Estructural	0,927	4
Capital Relacional	0,953	4
Ventaja competitiva	0,892	4
Total	0,979	16

Fuente: Elaboración propia.

El alfa de Cronbach de del constructo de la encuesta dio a conocer en primer lugar las dimensiones de capital relacional 0,953, capital humano 0,934 y capital estructural 0,927. En segundo lugar, se encontró la ventaja competitiva con un alfa de Cronbach de 0,892. Sin embargo, el constructo total de la encuesta demostró una fiabilidad de 0,979 lo que permite la continuidad con la investigación.

4. Resultados

En los resultados se aplicó, el perfil sociodemográfico del encuestado, seguido del análisis estadístico factorial exploratoria que permite identificar la correlación de las variables de investigación conforme a las subdimensiones. Cuanta con análisis de Prueba KMO y de Bartlett, matriz de varianzas explicadas, sedimentación, y matriz de componentes rotados.

4.1 Perfil del encuestado

4.1.1 Prueba KMO y de Bartlett

Tabla 3. Matriz KMO y de Bartlett.

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,877
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	754,497
	gl	120
	Sig.	,000

Fuente: Elaboración propia.

La matriz KMO y de Bartlett dio a conocer una medida de adecuación de acuerdo con el constructo de investigación con un valor del 87% y un nivel de significancia del ($p=0,000$), es decir, reveló consistencia y fiabilidad del cuestionario de acuerdo con las variables de capital intelectual y ventaja competitiva en las empresas florícolas.

4.2 Matriz de varianzas explicadas

Tabla 4. Matriz de varianzas totales explicadas.

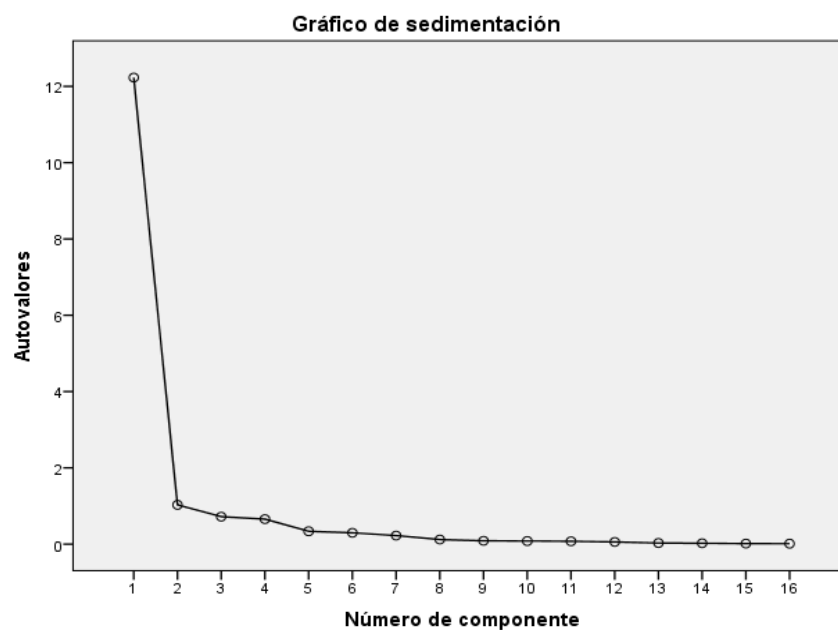
Componente	Autovalores iniciales			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
Capital Humano	12,230	76,435	76,435	7,826	48,914	48,914
Capital Estructural	1,029	6,431	82,867	5,432	33,953	82,867

Fuente: Elaboración propia.

La matriz de varianza totales explicadas reveló dos componentes principales dentro del capital intelectual que son capital humano y capital estructural con una suma de saturaciones de rotación acumulado del 82%. Sin embargo, es importante tomar en cuenta que las dimensiones de capital relacional y ventaja competitiva no fueron percibidas por parte de los encuestados.

4.3 Sedimentación

Figura 5. Sedimentación.



Fuente: Elaboración propia.

La figura de sedimentación el constructo de la encuesta desarrollada con un total de 16 preguntas donde se visualizó que la pregunta 1 y 2 forman una diagonal con dirección al eje (x) y mínimas variaciones entre la pregunta 3 y 6 adicional de que se forma un valle hacia la pregunta 16. Por tal razón, los resultados obtenidos por parte de los encuestados no demostraron mínimas varianzas de respuestas conforme a las subdimensiones establecidas y preguntas de investigación.

4.4 Matriz de componentes rotados

Tabla 5. Matriz de componentes rotados.

	Componente	
	Capital Humano	Capital Estructural
CPHM1	,654	,571
CPHM2	,604	,638
CPHM3	,876	,257
CPHM4	,819	,434
CPET1	,796	,424
CPET2	,619	,606
CPET3	,625	,518
CPET4	,699	,538
CPRL1	,843	,419
CPRL2	,520	,797
CPRL3	,602	,722
CPRL4	,818	,443
VNCP1	,401	,874
VNCP2	,200	,884
VNCP3	,863	,388
VNCP4	,862	,340

Fuente: Elaboración propia.

La matriz de componentes rotados evidenció percepción por parte de los encuestados en dos componentes del capital intelectual: capital humano (CPHM) y capital estructural (CPET) en un rango de 0,6 a 0,8. Sin embargo, existen falencias en la dimensión de capital estructural con la pregunta 1 (CPHM1) con un valor de 0,571 donde es importante considerar que el personal cuente con experiencia adecuada y apropiadas para el desempeño satisfactorio en función a la empresa.

La dimensión del capital estructural (CPET) con la pregunta 3 obtuvo un valor de 0,257 donde es fundamental que la empresa aliente al personal, motive a la participación de aportación en conocimientos e ideas de negocio con beneficio a la empresa. La pregunta 4 (CPHM) con un valor de 0,434 reveló la importancia de que el personal sea calificado y competente en el trabajo. La pregunta 12 dio un valor de 0,443 donde detalló que las empresas deben ir mejorando los procesos productivos a través de las relaciones con los proveedores.

5. Discusión

La correlación Rho de spearman prueba de hipótesis, es un tipo de análisis bivariado que mide la fuerza de la asociación entre dos variables y la dirección de la relación. En cuanto a la fuerza de la relación, el valor del coeficiente de correlación oscila entre 1 y -1 (Paredes et al., 2021).

La hipótesis 1 con un valor rho de spearman de 0,801 y un valor ($p=0,000$) demostró correlación alta positiva respecto al el capital humano influye positivamente con el capital estructural. Para Ramón & Hinojosa (2020), el capital humano, relacional y estructural son componentes del capital intelectual se consideran como los factores básicos del desempeño innovador de las PYME. Además, los posiciona en un nivel superior de competitividad en el mercado. El capital humano representa los empleados que aportan a la empresa con creatividad, conocimiento, habilidades, motivación y ética de trabajo. El capital estructural conforma la cultura corporativa, herramientas de gestión, tecnología de la información y conocimiento claro, colaboración interna y optimización de procesos (Contreras & Díaz, 2022).

La hipótesis 2 con un valor rho de spearman de 0,848 y un valor ($p=0,000$) reveló una correlación positiva alta en el capital relacional influye positivamente con el capital humano. Para Adle & Akdemir (2019), el capital relacional conforma las relaciones con los clientes, las relaciones con los proveedores, las relaciones públicas y las relaciones con los inversores. Por otro lado, Handayani & Karnawati (2020), recalcaron que la relación con el cliente se refiere a la relación entre una organización y sus clientes, dentro de ello embarca los aspectos como un buen servicio al cliente pueden potenciar las buenas relaciones con los clientes. También, las relaciones con los proveedores incluyen las relaciones con los proveedores, tanto existentes como potenciales.

El capital intelectual suele ser un recurso importante y un factor clave en el éxito financiero y la creación de valor de una empresa según (Cahyono & Hakim, 2020). Pero Hermawan et al. (2020), indicaron que el capital intelectual es un impulsor de la buena voluntad en una organización que crea beneficios futuros. Es por ello que, a través del capital intelectual, las empresas pueden adaptarse rápidamente a los cambios y seguir siendo competitivas en el mercado (Ibarra et al., 2020).

La hipótesis 3 demostró una rho de spearman de 0,836 con un valor ($p=0,000$) donde el grado de correlación es positiva alta respecto al capital intelectual influye positivamente con la ventaja competitiva. De acuerdo con Srikalimah et al. (2020), mencionaron que el capital intelectual es fundamental como factor de competitividad, pero a su vez no es utilizado para construir habilidades únicas que les permitan mantener el éxito empresarial en el largo plazo, sino solo para fortalecer factores estratégicos con capacidades organizacionales, manteniendo así su competitividad en el mediano plazo. Es por ello que (Obeidat et al., 2021) recalcaron que, un uso más estratégico del capital intelectual requiere de mayor formación, especialización y colaboración, que son elementos asociados al capital humano, capital estructural y capital relacional, respectivamente.

Tabla 6. Rho de Spearman prueba de hipótesis.

Hipótesis	Rho de Spearman	Valor P	Grado de Correlación	Decisión
H1. El capital humano → capital estructural	0,801	0,000	Positiva alta	Sopor-tada
H2. El capital relacional → el capital humano	0,848	0,000	Positiva alta	Sopor-tada
H3. El capital intelectual → ventaja competitiva	0,836	0,000	Positiva alta	Sopor-tada

Fuente: Elaboración propia.

6. Conclusión

Mediante la revisión literaria, los factores de análisis del capital intelectual que influyen a las ventajas competitivas si intervienen en las empresas de las pymes florícolas de Cotopaxi ante la gestión del capital intelectual por lo que logra adaptarse rápidamente a los cambios y seguir siendo competitivas en el mercado. Principalmente el capital intelectual se ha convertido en una fuente de ventaja competitiva debido a la innovación. Por lo que, es el valor del conocimiento, habilidades, formación empresarial o cualquier información de propiedad de los empleados de una empresa u organización que pueda dar a la empresa una ventaja competitiva.

El análisis factorial exploratorio reveló dos componentes percibidos por los encuestados respecto al capital intelectual: capital humano (CPHM) y capital estructural (CPET) en un rango de 0,6 a 0,8. Sin embargo, existen falencias en la dimensión de capital estructural de personal con experiencia y desempeño satisfactorio (0,571), la empresa aliente al personal (0,257), personal sea calificado y competente (0,434) y la mejora en procesos productivos a través de las relaciones con los proveedores (0,443).

El capital intelectual como ventaja competitiva forma parte de las empresas florícolas y de ello se considera los recursos, tecnología, conocimientos, infraestructura, que permite posicionarse dentro del mercado, por lo que, la necesidad de combinar ventajas competitivas sostenibles con bases a los recursos permite a las empresas pequeñas y medianas tener un crecimiento económico.

Referencias

- Adle, A. A., & Akdemir, Ö. (2019). Achieving competitive advantage in technology based industry: How developing intellectual capital matters. *International Journal of EBusiness and EGovernment Studies*, 11(2), 89–103. <https://doi.org/10.34111/ijebeeg.20191121>
- Aval. (2019). *financiera actualizada del sector florícola*. <https://acortar.link/rwmRTx>
- Ávila, V., Herrera, G., Fernando, J., & Moreno, N. (2014). Gestión de conocimiento, capital intelectual y competitividad en pymes manufactureras en México. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 4(7), 28–43. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504550658003>
- Baima, G., Forliano, C., Santoro, G., & Vrontis, D. (2020). Intellectual capital and business model: a systematic literature review to explore their linkages. *Journal of Intellectual Capital*, 22(3), 653–679. <https://doi.org/10.1108/JIC-02-2020-0055>
- Bayad, J., & Govand, A. (2021). Intellectual capital: A modern model to measure the value creation in a business. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(2), 31–43. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.2.4>
- Benites, L., Ruff, C., Ruiz, M., Pérez, M., Alayo, I., & Juica, P. (2020). Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo (Perú). *Revista de Metodos Cuantitativos Para La Economia y La Empresa*, 29(29), 208–236. <https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.3513>
- Bermúdez-Rodríguez, S., & Hernández-Ibarra, A. (2019). Diagnóstico del capital intelectual en una empresa maquiladora textil mexicana. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 86, 57–76. <https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2290>
- Cahyono, B., & Hakim, A. (2020). *Green Intellectual Capital and Competitive Advantage: The Moderating Effect of Islamic Business Ethics*. 135(Aicmbs 2019), 78–84. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200410.013>
- Cedillo Villavicencio, C. J., González Carrión, C. M., Salcedo-Muñoz, V. E., & Sotomayor-Pereira, J. G. (2021). El sector florícola del Ecuador y su aporte a la balanza comercial agropecuaria: periodo 2009 – 2020. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 8(1), 74–82. <https://doi.org/10.26423/rctu.v8i1.549>
- Contreras Armenta, C., & Díaz Castillo, B., Hernández Rodríguez, E. (2022). *Multiculturalidad: Su análisis y perspectivas a la luz de sus actores, clima y cultura organizacional prevalecientes en un mundo globalizado*. Eumed.net
- Expoflores. (2022). *Reporte estadístico mensual*. <https://acortar.link/TGNB4n>
- Gómez-Bayona, L., Londoño-Montoya, E., & Mora-González, B. (2020). Modelos de capital intelectual a nivel empresarial y su aporte en la creación de valor. *Revista CEA*, 6(11), 165–184. <https://doi.org/10.22430/24223182.1434>
- Handayani, S., & Karnawati, Y. (2020). Achieving Competitive Advantage Through Intellectual Capital. *Atlantis Press*, 127, 54–58. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200309.013>

- Hermawan, S., Hariyanto, W., & Biduri, S. (2020). Intellectual capital, business performance, and competitive advantage: An empirical study for the pharmaceutical companies. *Quality–Access to Success*, 21(175), 103–106.
- Ibarra-Cisneros, M. A., Hernández-Perlines, F., & Rodríguez-García, M. (2020). Intellectual capital, organisational performance and competitive advantage. *European Journal of International Management*, 14(6), 955–975. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2020.110585>
- Iskandar, Y., & Kaltum, U. (2021). The Relationship Between Intellectual Capital and Performance of Social Enterprises: A Literature Review. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 10(5), 309–330. <https://doi.org/10.36941/ajis-2021-0141>
- Jamal, B., & Anwar, G. (2021). Intellectual capital: A modern model to measure the value creation in a business. *International Journal of Engineering, Business and Management (IJEBM)*, 5(2), 31–43. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.2.4>
- Linares, J., & Pozzo, S. (2018). Social networks as a tool for relationship marketing and customer loyalty. *Sciéndo*, 21(2), 157–163. <https://doi.org/10.17268/sciendo.2018.016>
- Malik, S. Y., Cao, Y., Mughal, Y. H., Kundi, G. M., Mughal, M. H., & Ramayah, T. (2020). Pathways towards sustainability in organizations: Empirical evidence on the role of green human resource management practices and green intellectual capital. *Sustainability (Switzerland)*, 12(8), 1–24. <https://doi.org/10.3390/SU12083228>
- Nahuat, B. (2020). Influencia del capital intelectual en la innovación: una perspectiva al nivel del individuo. *Nova Scientia*, 12(25). <https://doi.org/10.21640/ns.v12i25.2509>
- Nirino, N., Ferraris, A., Miglietta, N., & Invernizzi, A. C. (2022). Intellectual capital: the missing link in the corporate social responsibility–financial performance relationship. *Journal of Intellectual Capital*, 23(2), 420–438. <https://doi.org/10.1108/JIC-02-2020-0038>
- Nurhayati Arifin, B., & Mulyasari, W. (2019). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Di Industri Perbankan Dengan Compotitive Advantage Sebagai Variabel Intervening. *Tirtayasa EKONOMIKA*, 14(1), 1–24. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JTE/article/view/5424>
- Obeidat, U., Obeidat, B., Alrowwad, A., Alshurideh, M., Masa'deh, R., & Abuhashesh, M. (2021). The effect of intellectual capital on competitive advantage: The mediating role of innovation. *Management Science Letters*, 11, 1331–1344. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.11.006>
- Oppong, G. K., & Pattanayak, J. K. (2019). Does investing in intellectual capital improve productivity? Panel evidence from commercial banks in India. *Borsa Istanbul Review*, 19(3), 219–227. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2019.03.001>
- Paredes, P., Martínez, J., & Burgos, C. (2021). La Responsabilidad Social Empresarial y el Clima Organizacional de las empresas PYMES de Guayaquil. *Revista En Gobierno y Gestión Pública*, 8(1), 10–25. <https://doi.org/10.24265/iggp.2021.v8n1.02>
- Ramón-Poma, G. M., & Hinojosa Cruz, A. V. (2020). Capital intelectual y sus dimensiones: Una revisión de literatura. *VinculaTégica*.

- Rodríguez-Mendoza, R., & Aviles-Sotomayor, V. (2020). Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario. *593 Digital Publisher CEIT*, 5–1(5), 191–200. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.337>
- Srikalimah, S., Wardana, L. W., Ambarwati, D., Sholihin, U., Shobirin, R. A., Fajariah, N., & Wibowo, A. (2020). Do Creativity and Intellectual Capital Matter for SMEs Sustainability? The Role of Competitive Advantage. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 397–408. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO12.397>
- Superintendencia Compañías. (2022). *Ranking de Compañías*. <https://www.supercias.gob.ec/portals-cvs/Institucion.php>
- Vătămănescu, E., Gorgos, E., Ghigiu, A., & Pătruț, M. (2019). Bridging intellectual capital and SMEs internationalization through the lens of sustainable competitive advantage: A systematic literature review. *Sustainability (Switzerland)*, 11(9). <https://doi.org/10.3390/su11092510>
- Vitolla, F., Raimo, N., Marrone, A., & Rubino, M. (2020). The role of board of directors in intellectual capital disclosure after the advent of integrated reporting. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(5), 2188–2200. <https://doi.org/10.1002/csr.1957>

AUTORES

Karina Maribel Pérez Ulloa. Estudiante de la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas.
María Belén Díaz Basantes. Estudiante de la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas.
Elías David Caisa Yucailla. Docente de la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas, Magister en Gerencia Pública, Ingeniero Comercial, Técnico en Contratación Pública en el GAD Municipal de Patate, Gerente de la Asociación Microempresarial “AMISPRO” en el GAD Municipal de Ambato. Tutor de los Cursos de Nivelación Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ingeniería Sistemas Electrónica e Industrial (SNNA-UTA). Nacido en Ambato–Ecuador, el 11 de mayo de 1981.

Conflicto de intereses

Los autores Karina Maribel Pérez Ulloa, María Belén Díaz Basantes y Elías David Caisa Yucailla declaran que no existe conflicto de interés posible.

Financiamiento

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo

Agradecimientos

N/A

Nota

El presente artículo no se desprende de ningún trabajo anterior, tesis o proyecto.