

Campus Lima Centro UTP

Ingeniería de Sistemas e Informática

**Proyecto de Trabajo de Investigación**

Propuesta de Implantación del Modelo Intelect para la inducción y facilitación de información a colaboradores en Ripley Perú

**Integrantes**

Díaz Huamaní, Rebeca

E705724

**Docentes**

Colina Ysea, Félix José

Pomachagua Basualdo, Yuri Arturo

Lima, Perú

**Ciclo**

2020-2

**Dedicatoria**

Dedico este trabajo a mi madre, ya que está siempre apoyándome para poder continuar con mis estudios, brindándome sus sabias lecciones y alentándome para nunca bajar los brazos y seguir esforzándome para alcanzar mis objetivos.

**Agradecimientos**

Agradezco a mis profesores por el apoyo frente a las dudas y consultas que permitieron desarrollar el presente informe. También agradezco a mis compañeros del curso que aportaron con respuestas a dudas técnicas y de contenido.

**Resumen**

Con el fin de establecer el valor que una empresa tiene con relación a sus activos intangibles, mediante un diagnóstico del capital intelectual, se formuló como objetivo de la investigación que da origen a este artículo, valuar el capital intelectual (CI) en la empresa Ripley S.A.C, a través de la identificación de saberes, capacidades, experiencias y habilidades de las personas que la conforman. Se consideró necesario llevar a cabo la identificación de cada uno de los elementos que conforman el capital intelectual humano, estructural y relacional con la intención de tener un acercamiento respecto a sus fortalezas y oportunidades. La metodología que se utiliza es de tipo descriptiva, con el propósito de determinar los componentes relevantes del capital intelectual. Para ello, se obtendrán los datos de la totalidad de del personal de recursos de la empresa los empleados y a través de los instrumentos de cuestionario y encuestas y con base en los resultados observados se valuaron en una escala de 1 a 5 siendo 5 el puntaje mayor cada una de las dimensiones del capital intelectual, siendo estos los resultados: capital relacional; capital estructural y capital humano. A partir de ello se identificó que la empresa tiene áreas de oportunidad que, de atenderse, permitirán alcanzar los objetivos institucionales trazados.

**INDICE**

[1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 6](#_Toc57501084)

[2. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS 6](#_Toc57501085)

[2.1 OBJETIVO GENERAL 6](#_Toc57501086)

[2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 6](#_Toc57501087)

[3. JUSTIFICACIÓN 7](#_Toc57501088)

[4. MARCO TEÓRICO 7](#_Toc57501089)

[4.1 MODELO INTELECT 7](#_Toc57501090)

[4.2 COMPONENTES O DIMENSIONES DEL MODELO INTELECT 7](#_Toc57501091)

[5. REVISIÓN DE LA LITERATURA ACTUAL O ESTADO DEL ARTE 10](#_Toc57501092)

[6. HIPÓTESIS 14](#_Toc57501093)

[7. METODOLOGÍA 14](#_Toc57501094)

[8. CRONOGRAMA DEL TRABAJO 17](#_Toc57501095)

[9. PRESUPUESTO 18](#_Toc57501096)

[10. BIBLIOGRAFÍA 19](#_Toc57501097)

[11. ANEXOS 20](#_Toc57501098)

* + 1. **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

Actualmente, resulta en muchos procesos la dificultad que tienen los desarrollos de un modelo del proceso innovado, se valida que no cuentan o no siguen las pautas predefinidas. Para ello se pueden identificar los problemas en la determinación de un modelo de innovación que van desde límites; no obstante, ninguno de estas propuestas explica contundente y definitivamente la innovación; todos presentan carencias e interrogantes. A su vez la innovación es una actividad diversificada, compleja, dinámica, con muchos componentes en interacción, el cual actúa como fuente de las nuevas ideas y es difícil descubrir las consecuencias que un hecho nuevo puede llegar a ofrecer y brindar la solución. Una palabra bastante usada en la actualidad, el conocimiento, una idea valorada que genera reconocimiento en cualquier círculo. Una persona que suele contar con éste es reconocida, sus intervenciones se hacen inteligentes ante cualquier espectador y logra tener puntos de encuentro y convergencia con argumentos para ser crítico ante una situación, un hecho o un problema. De este modo que vale la pena tomar en serio este término y ver la profundidad e impacto que llega a tener en materia de ser gestionado en cualquier ámbito, llámese empresarial, profesional o personal. Ya que al ser parte de una estrategia seguro “representará resultados en ámbitos inimaginables en una sociedad tradicional donde el mercado se mueve únicamente por tangibles”.

**¿Cómo la implantación del Modelo Intelect mejora la inducción y facilitación de información a colaboradores en Ripley Perú?**

* + 1. **OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS**

## **2.1 OBJETIVO GENERAL**

Proponer la implantación del Modelo Intelect para la inducción y facilitación de información a colaboradores en Ripley Perú.

## **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

* Determinar el nivel de satisfacción en el proceso de inducción y facilitación de información relevante.
* Identificar y analizar la contribución de la implantación del Modelo Intelect.
* Establecer lineamientos para la implantación del Modelo Intelect.
  + 1. **JUSTIFICACIÓN**

Hoy en día, las organizaciones buscan una serie de competitividad para poder satisfacer las necesidades de sus clientes en tiempo, precio y espacio correcto. Así es que el conocimiento se ha convertido en un elemento muy imprescindible para el desarrollo y la competitividad de las empresas a nivel local. Esta investigación tiene como fin indagar el capital intelectual humano, estructural y relacional y así generar un precedente en lo que respecta a la empresa Ripley S.A.C. Actualmente, las empresas de nuestra región desconocen la forma como pueden ser fuentes de ventajas competitivas con los recursos que disponen. Aún no se cuenta con investigaciones que describan o proporcionen un diagnóstico del capital intelectual presente en las empresas de la región. Así es que a nivel nacional e internacional ha incrementado el interés por conocer el valor de los activos intangibles en las organizaciones dirigiendo sus esfuerzos hacia el descubrimiento del impacto del capital intelectual en el desempeño organizacional, desarrollando y aplicando modelos para el logro de la productividad y competitividad que genera mayor valor a las organizaciones.

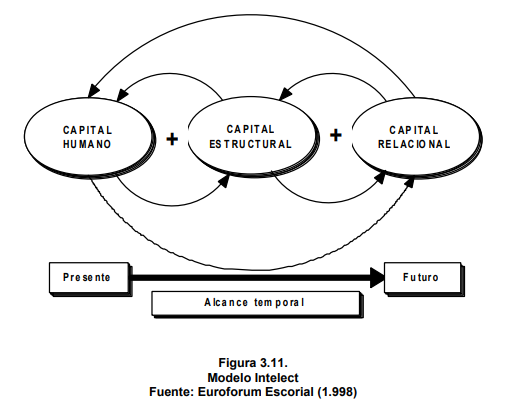
* + 1. **MARCO TEÓRICO**

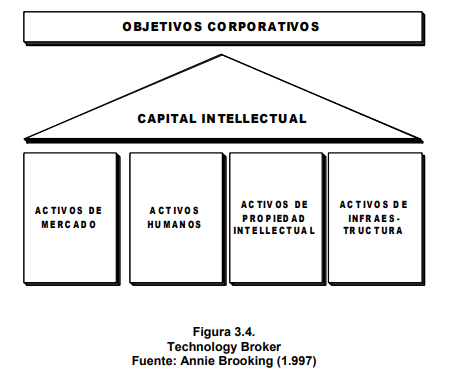
## **4.1 MODELO INTELECT**

El capital intelectual es la combinación de activos inmateriales o intangibles, incluso el conocimiento del personal, la capacidad para aprender y adaptarse, las relaciones con los clientes y los proveedores, las marcas, los nombre de los productos internos y la capacidad de I+D, etc., de una organización, que, aunque no están reflejados en los estados contables tradicionales, generan o generarán valor futuro y sobre los que se podrá sustentar una ventaja competitiva sostenida (Sánchez-Medina, Melián-González, y Hormiga-Pérez, 2007). El capital intelectual está dividido en tres componentes o dimensiones: capital humano, capital estructural y capital relacional.

## **4.2 COMPONENTES O DIMENSIONES DEL MODELO INTELECT**

* Capital humano: Las empresas que operan en el actual mundo globalizado requieren un tipo diferente de trabajador, con competencias, actitudes y agilidad intelectual que le permitan un pensamiento crítico y sistémico dentro de un entorno tecnológico (Bontis, 2002, citado por Sánchez et al., 2007). Todo ello hace que una de las dimensiones, que de manera reiterada es considerada en los modelos de capital intelectual, sea la relativa al capital humano.
* Capital estructural: es aquel conocimiento que la empresa ha podido internalizar y que permanece en la organización, en su estructura, en sus procesos o en su cultura, aun cuando los empleados la abandonan (Bontis, Chua & Richardson, 2000; Camisón et al., 2000; Petrash, 1996, 2001, citados por Sánchez et al., 2007) y que por este motivo es propiedad de la empresa (Edvinsson, 1997, citado por Sánchez et al., 2007). Es en esta dimensión en la que se incluyen todos los intangibles no humanos de la organización.
* Capital relacional: se sobre entiende que las empresas no son sistemas aislados, sino que se relacionan con el exterior. Así, las relaciones de este tipo que aportan valor a la empresa son las que deben ser consideradas capital relacional. Por tanto, este tipo de capital incluye el valor que generan las relaciones de la empresa, no solo con clientes, proveedores y accionistas, sino con todos sus grupos de interés, tanto internas como externas.





* + 1. **REVISIÓN DE LA LITERATURA ACTUAL O ESTADO DEL ARTE**

En primer lugar, las instituciones, recursos naturales y sus efectos en el crecimiento económico usando un sistema de ecuaciones simultáneas. El objetivo de este trabajo es doble. Primero, se analiza el impacto de las instituciones, el capital humano y físico sobre el crecimiento económico cuando un país depende de los recursos naturales usando un sistema de ecuaciones simultáneas. Luego, se usa una estimación en panel de datos que permite corregir las deficiencias metodológicas de estudios previos. Los resultados muestran que, si las instituciones son excelentes, los países incrementan la tasa de crecimiento del PBI per cápita puntos porcentuales si aumenta las exportaciones de alimentos, materias primas agrícolas y primarias por una desviación estándar, respectivamente.

En segundo lugar, el análisis del impacto de la integración de las TIC en los resultados empresariales a través de relaciones existentes entre los elementos del Capital Intelectual.En esta línea se propone un modelo de relaciones de diferentes aspectos del Capital Intelectual que pueden influir en dicha integración de TIC. Dentro de los diferentes elementos del Capital Intelectual, recogidos en la literatura estudiada, se identifica un indicador crítico como son las competencias electrónicas de los empleados (e-skills) analizadas dentro del Capital Humano. Además, también se considera el Capital Organizativo teniendo presente en la cultura tecnológica de la empresa y la estrategia hacia la tecnología y el propio uso de tecnología dentro del conocido Capital Tecnológico. Por último, se considera también la dimensión de Capital Relacional donde se detectó que los socios, clientes y propios empleados pueden influir en el impacto propuesto.

En tercer lugar, la gestión del conocimiento y las TIC, su efecto en la innovación y en el rendimiento de la PYME un estudio empírico. En tiempos recientes para las organizaciones la única constante es el cambio y las adaptaciones rápidas a las transiciones económicas, con el objeto de permanecer y lograr ser más competitivos. Además, para los negocios innovadores es importante considerar las nuevas tendencias y estrategias de negocios para alcanzar sus objetivos expresados en términos cuantitativos como la rentabilidad y cualitativos como la satisfacción de los empleados y de los clientes. A partir de la década de los 90´s, las organizaciones han estado en la búsqueda de mejorar su dirección a través de diferentes tácticas de negocio que la impulsen hacia la generación de una sólida competitividad. Estas estrategias empresariales se han enfocado principalmente en el aprovechamiento del conocimiento organizacional, en la implementación de modelos de innovación con el fin de aumentar la rentabilidad y lograr un crecimiento económico sostenido. El conocimiento es una mezcla de experiencia, valores, información y el saber hacer de los individuos que sirve como referencia para la incorporación de nuevas experiencias e información en la organización (Davenport & Prusak, 1998). Estudios y tendencias actuales, tanto en modelos teóricos como empíricos han demostrado que la gestión excelente del conocimiento en combinación con las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC), han permitido a las empresas obtener beneficios organizacionales, económicos y financieros. La gestión del conocimiento (GC) es entendida como el proceso que implica adquirir, generar, diseminar y materializar el conocimiento, codificarlo y transferirlo eficientemente en toda la organización (Davenport, Thomas, & Cantrell, 2012). Las TIC son el conjunto de herramientas y técnicas que se utilizan para la captura y transferencia electrónica de la información, ayudando en la mejora de los procesos y economía de las organizaciones (OECD, 2006). Entre los principales beneficios que generan la GC y las TIC se destacan: la mejora de la creatividad e innovación (productos, procesos y gestión) de todos los miembros de la organización, la mejora de las habilidades de los empleados, el interés de directivos y empleados por el desarrollo de patentes, se incentiva el incremento de las ventas, se obtiene una mayor satisfacción de los clientes y se logra una mayor competitividad por periodos más prolongados.

En cuarto lugar, el Modelo SEM, basado en valores organizacionales y capital intelectual.La investigación analiza el efecto de los valores organizacionales en las dimensiones del capital intelectual: capital humano, capital estructural y capital relacional. La importancia del estudio de los constructos radica en la generación de conocimiento, esto se ha convertido en un recurso fundamental para las empresas, llevándolas a preocuparse por lo intangible de la organización. Los valores organizacionales, como base fundamental de la organización, brinda soporte para el gremio empresarial, por lo tanto, existe la necesidad de abordar estos constructos. El estudio se realizó bajo la metodología de modelos de ecuaciones estructurales (SEM), donde se realizó un análisis exploratorio y confirmatorio, con una muestra de 207 funcionarios de 15 entidades financieras, y se basó en el instrumento del inventario de perfil en valores organizacionales, de igual modo, el instrumento de capital intelectual tuvo la finalidad de determinar el efecto que tienen las variables endógenas sobre las exógenas. Los resultados muestran que los valores organizacionales tienen relación causal significativa con el capital intelectual, y los constructos; capital humano (r=0.90), relacional (r=0.63) y estructural (r=0.89) con un error cuadrático medio de aproximación (RMSEA) de 0.08 y una discrepancia mínima por grado de libertad (CMIN/df) de 2.398 que hace relevante el modelo confirmatorio. Finalmente, se encontró una relación causal significativa y positiva entre los ocho valores organizacionales, los mismos que están influenciados de manera positiva en el capital humano, estructural y relacional.

En quinto lugar, el impacto de la gestión de los activos intangibles tecnológicos sobre la competitividad de la pequeña y mediana empresa en Trujillo.Las empresas pueden acceder a los activos intangibles tecnológicos a través de tres métodos diferentes: desarrollo interno, desarrollo externo y desarrollo combinado. Se considera que la utilización de cada uno de ellos afecta de forma directa al stock de activos intangibles tecnológicos del que dispone la empresa y éste último a los resultados alcanzados. En este avance se analiza, desde el enfoque basado en los recursos la relación de los recursos intangibles tecnológicos con los resultados económicos, así como la existencia de diferentes métodos utilizados en la gestión de la innovación. Con el objetivo de estudiar estas relaciones en el contexto de la industria manufacturera de Trujillo se ha enunciado una segunda hipótesis que tratará de ser analizada utilizando la información suministrada por la encuesta sobre gestión de la innovación.

En sexto lugar, el Capital Intelectual en la Competitividad de las MIPYMES de la Región Tacna. Los objetivos del estudio fueron determinar la influencia del capital intelectual en la competitividad de las MIPYMES de la región Tacna en el año 2015, evaluar el nivel del capital intelectual, el nivel de competitividad, y el nivel de influencia del capital intelectual en la competitividad. Respecto al alcance, está referido ha identificar la relación de dependencia entre el capital intelectual y la competitividad identificando las dimensiones e indicadores del capital intelectual que afectan en forma significativa. Metodológicamente se relacionaron dos variables importantes como el capital intelectual y la competividad siendo operacionalizada a través de sus dimensiones e indicadores; la investigación fue básica, no experimental y transversal, y la unidad de análisis las MIPYMES.

En sétimo lugar, el reporte de capital intelectual como determinante del valor de mercado en empresas. La información suministrada por los sistemas de información contable está centrada en la medición de lo tangible. Sin embargo, en la Sociedad de la Información y el Conocimiento, los inversores buscan insistentemente valorar el capital intangible dentro de la nueva economía y específicamente, las relaciones existentes entre la información sobre intangible y el valor de mercado. Para lo anterior, recurren a informes económicos obligatorios o voluntarios, publicados en internet por las empresas a través de los entes de regulación o en sus propias páginas web. Además, a partir de la información cuantitativa y cualitativa, efectúan procesos de valoración que deben justificar la diferencia entre el precio de mercado y el valor contable de los títulos.

En octavo lugar, el capital intellectual y la innovación de la empresa**.** La presente investigación titulada Capital intelectual y la innovación de la empresa Melaform SAC, el cual tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el capital intelectual y la innovación de la empresa Melaform SAC. Es una investigación de tipo cuantitativo, de alcance descriptivo correlacional, diseño no experimental de corte transversal, la muestra consta de 108 empleados de la empresa, los cuales son el objeto de estudio, a quienes se ha aplicado un cuestionario de capital intelectual que contiene 48 items y un cuestionario de la innovación con 23 items. Para el análisis de datos se ha aplicado el programa SPSS 22 realizándose dos tipos de estadística descriptiva e inferencial. Los resultados muestran que existe una relación significativa del capital intelectual con la innovación, así como una relación significativa de las tres dimensiones del capital intelectual (capital humano, estructural y relacional) con la capacidad de innovación de la empresa Melaform SAC.

En noveno lugar, el capital intelectual y la fidelización de los clientes. El propósito de la presente es hallar la relación lineal entre la fidelización del cliente y el capital intelectual del personal docente y administrativo del Colegio Unión de Ñaña. Se ha utilizado el modelo correlacional, con propósito de causalidad y la técnica de análisis de regresión lineal múltiple, para establecer la contribución independiente de las variables: capital intelectual humano, capital intelectual estructural y capital intelectual relacional sobre la variable de criterio fidelización del cliente. El diseño es no experimental, de corte transaccional, correlacional-causal. Se concluye que el nivel de la fidelidad conductual del cliente logrado por los padres de familia y apoderados de los estudiantes depende del nivel del capital intelectual por el personal docente y administrativo del colegio, especialmente en la dimensión estructural. Además, se concluye que el nivel de la fidelidad cognitiva del cliente logrado por los padres de familia y apoderados de los estudiantes depende del nivel de capital estructural alcanzado por el personal.

En décimo lugar, el análisis de la influencia del capital intelectual de las empresas incubadoras de base tecnológica en la sostenibilidad de las empresas. El objetivo de este trabajo ha sido determinar la relación entre el capital intelectual de las empresas incubadoras y la sostenibilidad de sus incubadas. El estudio empírico se ha desarrollado en Portugal. Se ha utilizado el método CUAL-CUAN, que implica dos estudios complementarios. Primero se llevó a cabo un estudio cuantitativo. Se entrevistaron 16 directores de empresas incubadoras. En segundo lugar, se llevó a cabo un estudio cuantitativo por encuesta, recabando las percepciones de una muestra de 82 directivos de empresas incubadas. Este segundo análisis analizó los datos de la encuesta con un modelo PLS de ecuaciones estructurales. Las conclusiones señalan cómo el capital intelectual incide en las oportunidades de desarrollo de las nuevas empresas en Portugal. Además, el desarrollo del capital humano aparece como una línea prioritaria para la innovación y para mejorar las relaciones incubadora-incubada a fin de reforzar las relaciones e impulsar negocios sostenibles capaces de tener éxito en el mercado.

* + 1. **HIPÓTESIS**

1. **HIPÓTESIS GENERAL**

La implantación del Modelo Intelect permitirá la inducción y facilitación de información a colaboradores sea más eficiente.

* + 1. **METODOLOGÍA**

La presente investigación buscar mostrar las mejoras que se pueden lograr alcanzar con la implantación de un modelo de gestión del conocimiento en las pequeñas, medianas y grandes empresas, realizando un estudio comparativo sobre la mejora en la inducción y facilitación de información a los colaboradores de una empresa mediante la implantación del modelo Intelect. Por ello, la hipótesis a ser examinada es que la implantación del Modelo Intelect permitirá que la gestión del conocimiento relevante para la inducción y facilitación de información a colaboradores sea más eficiente, de acuerdo con otras investigaciones realizadas y referenciadas en el estado del arte.

**Diseño de la investigación**

El diseño de la investigación será de tipo no experimental, ya que no se manipularán variables, sino se sustentará por medio de la observación del fenómeno a evaluar, en este caso, al enfocarnos en la implantación del modelo Intelect, se realizará el análisis de los datos extraídos por medio de la investigación, estos datos se originarán de escenarios reales o experimentados de simulación llevados a cabo en otras investigaciones; es decir, se analizarán los acontecimientos previos (resultados por implantación de este modelo) que se encuentren dentro de los límites comprendidos por la presente investigación, con el fin de clasificarlos, cuantificarlos y evaluarlos.

**Enfoque**

El enfoque de la investigación será de tipo cuantitativo, debido a que se evaluarán variables numéricas para nuestro fenómeno de estudio (accesibilidad, disponibilidad, seguridad, etc.) relacionado con la implantación del modelo Intelect. Esto con el fin de poder obtener una evaluación óptima y lograr como resultado porcentajes referentes y medibles. Además, se debe puntualizar que los valores obtenidos serán referenciales, ya que esto dependerá de cuán bien se haya implantado el modelo Intelect dentro de la empresa.

**Alcance**

El alcance de la investigación será de tipo explicativo, ya que mediante el análisis y observación se pretende responder por las causas de los eventos. Por ello, la investigación se centrará en explicar por qué ocurre el fenómeno y en qué condiciones se manifiesta.

**Método**

El método de la investigación será de tipo deductivo, ya que se revisarán conclusiones y resultados de investigaciones similares llevadas a cabo anteriormente. Además, se recurrirán a datos suministrados por las investigaciones revisadas, centrándonos en las características, oportunidades de mejora y costo/beneficio que brindaron la implantación del modelo Intelect sobre las organizaciones mencionadas en el estado del arte.

**Técnicas**

La técnica para la recolección y el análisis de los datos será la encuesta. Esta tiene como finalidad medir las características de una población mediante la recogida de datos, obtenidos a partir de las respuestas que hayan emitido los encuestados y analizándolos estadísticamente.

**Instrumentos**

El instrumento que se usará para obtener la información será el cuestionario. Este será un listado de preguntas que deberán ser contestados por los encuestados. Por ello, se formularán preguntas cerradas (para obtener un promedio estadístico que permita una mejor evaluación) y preguntas abiertas (que permita obtener una apreciación más amplia).

**Población**

Colaboradores de la empresa Ripley Perú (6000 colaboradores)

**Muestra**

Colaboradores de la empresa Ripley Perú del área de sistemas (200 colaboradores)

* + 1. **CRONOGRAMA DEL TRABAJO**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N° Actividad** | **Descripción de actividades del proyecto** | **Indicador** | | **Responsable de la actividad** | **Semanas** | | | | | | | | | | | | **Objetivo a alcanzar con esta actividad** |
| **Cantidad** | **Descripción** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13** | **14** |
| 1 | **Actividad 1** Recopilación de datos: nivel de satisfacción de los colaboradores con la inducción y facilitación de información | 1 | Datos | Rebeca Díaz | X | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | Objetivo 1 |
| 2 | **Actividad 2** Análisis sistemático de los datos recopilados | 1 | Documento de análisis | Rebeca Díaz |  |  | X | X |  |  |  |  |  |  |  |  | Objetivo 1 |
| 3 | **Actividad 3** Estudio e implantación del modelo Intelect | 1 | Aplicación | Rebeca Díaz |  |  |  |  | X | X | X |  |  |  |  |  | Objetivo 2 |
| 4 | **Actividad 4** Capacitación y elaboración de manuales de usuario | 1 | Resultados de entrenamiento | Rebeca Díaz |  |  |  |  |  |  |  | X | X |  |  |  | Objetivo 2 |
| 5 | **Actividad 5** Análisis y discusión de resultados obtenidos | 1 | Reporte de análisis y discusión | Rebeca Díaz |  |  |  |  |  |  |  |  |  | X | X |  | Objetivo 3 |
| 6 | **Actividad 6** Redacción del informe final (Trabajo de investigación) | 1 | Trabajo final | Rebeca Díaz |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | X | Objetivo 3 |

* + 1. **PRESUPUESTO**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tipo** | **Categoría** | **Recurso** | **Descripción** | **Origen del Recurso** | **Costo unitario (S/.)** | **Cantidad** | **Monto (S/.)** |
| Recursos disponibles | Infraestructura | Equipo | Laptop | Propio | 0.00 | 1 | 0.00 |
| Impresora | Propio | 0.00 | 1 | 0.00 |
| Escáner | Propio | 0.00 | 1 | 0.00 |
| Grabadora digital | Propio | 0.00 | 1 | 0.00 |
| Calculadora científica | Propio | 0.00 | 1 | 0.00 |
| Software | Google Docs | Servicio de Tercero | 0.00 | 1 | 0.00 |
| Google Drive | Servicio de Tercero | 0.00 | 1 | 0.00 |
| Gmail | Servicio de Tercero | 0.00 | 1 | 0.00 |
| Zoom, Teams, Google Meet, Skype | Servicio de Tercero | 0.00 | 1 | 0.00 |
| Servicio | Internet fijo | Propio | 0.00 | 1 | 0.00 |
| Plan de datos móvil | Propio | 0.00 | 1 | 0.00 |
| Recursos necesarios | Recursos Humanos | Análisis estadístico | Servicio de Tercero | 40.00 | 4 | 160.00 |
| Gastos de trabajo de campo | Fotocopias | Impresión de material de consulta | Servicio de Tercero | 0.05 | 500 | 25.00 |
| Impresión de encuestas | Servicio de Tercero | 0.05 | 200 | 10.00 |
| Transporte | Pasajes para traslados | Servicio de Tercero | 15.00 | 8 | 120.00 |
| Materiales | Papel | Paquete de hojas para borradores | Servicio de Tercero | 11.00 | 1 | 11.00 |
| **TOTAL (S/.)** | | | | | | | **326.00** |

* + 1. **BIBLIOGRAFÍA**

Nolazco Cama, J. L. (2015). Instituciones, recursos naturales y sus efectos en el crecimiento económico: un sistema de ecuaciones simultaneas en panel de datos (Ingeniero). Universidad de Chile.

Ordóñez Jiménez, e. R. É. (2015). Análisis del impacto de la integración de las tecnologías de la información y comunicaciones (tic) en los resultados empresariales a través de relaciones existentes entre los elementos del capital intelectual (ingeniero). Universidad Politécnica de Valencia.

Valdez Juárez, l. E. (2017). La gestión del conocimiento y las tic, su efecto en la innovación y en el rendimiento de la pyme (ingeniero). Universidad Politécnica de Cartagena.

Geraldo Campos, L. A. (2020). Modelo SEM basado en valores organizacionales y capital intelectual (Doctor). Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador.

Benites Gutiérrez, l. A. (2020). Impacto de la gestión de los activos intangibles tecnológicos sobre la competitividad de la pequeña y mediana empresa en Trujillo (doctor). Universidad Nacional de Trujillo.

BENITES GUTIÉRREZ, L. A. (2017). Capital Intelectual en la Competitividad de las MIPYMES de la Región Tacna-2015 (Ingeniero). Universidad Privada de Tacna.

Solano Ruíz, A. H. (2015). Reporte de capital intelectual como determinante del valor de mercado en empresas con alta bursatilidad (Ingeniero). Universitat Oberta de Catalunya.

Pinedo Albines, M. S. (2018). Capital intelectual y la innovación de la empresa (Ingeniero). Universidad César Vallejo.

Ruiz Rodríguez, M. J. (2015). Capital intelectual y la fidelización de los clientes (Ingeniero). Universidad Peruana Unión.

Martins Rodrigues, M. C. (2017). Análisis de la influencia del capital intelectual de las empresas encubadoras (Ingeniero). Universitat de extremadura.

* + 1. **ANEXOS**