

# Capital Intelectual en el ámbito jurídico y en el sector hotelero cubano

## Intellectual Capital in the legal field and in the Cuban hotel sector

DOI: <https://doi.org/10.17981/juridcuc.19.1.2023.04>

Fecha de Recepción: 2022/03/18. Fecha de Aceptación: 2022/11/09.

**Vladimir Vega Falcón** 

Universidad Regional Autónoma de los Andes (Ecuador)  
vega.vladimir@gmail.com

**Mercedes Navarro Cejas** 

Universidad Técnica de Manabí (Ecuador)  
mechyn4@gmail.com

**Jorge Abril Flores** 

Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)  
jf.abril@uta.edu.ec

**Raquel Virginia Colcha Ortiz** 

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo-ESPOCH (Ecuador)  
raquel.colcha@epoch.edu.ec

Para citar este artículo:

Vega, V., Navarro, M., Flores, J. y Colcha, R. (2023). Capital Intelectual en el ámbito jurídico y en el sector hotelero cubano. *Jurídicas CUC*, 19(1), 93–124. DOI: <http://dx.doi.org/10.17981/juridcuc.19.1.2023.04>

### Resumen

El objetivo fue valorar el capital intelectual incluyendo su ámbito jurídico en el sector hotelero en Cuba. Se desarrolló un estudio de caso, aplicando una investigación analítica, con diseño longitudinal. Se utilizó el modelo y procedimiento Vega-Rivero para la medición del capital intelectual. Además, se aplicó el método de expertos para ponderar los cálculos realizados, procesándose la información con el apoyo de Microsoft Excel 2019 y el software SPSS versión 26. Como resultado se indica que la medición del capital intelectual evidenció un aumento en 299.28 USD en el hotel objeto de estudio al compararse los dos meses estudiados. Así mismo, se rectifica la adaptación del ámbito jurídico cubano a las exigencias del entorno. Se concluye, que la medición del capital intelectual ratificó la validez modelo y procedimiento Vega-Rivero; los resultados sirven de soporte para futuros estudios enfocados a medir el capital intelectual en entidades hoteleras.

**Palabras clave:** Capital intelectual; ámbito jurídico; activos intangibles; sector hotelero; modelo Vega-Rivero.

### Abstract

The objective was to assess intellectual capital including its legal scope in the hotel sector in Cuba. A case study was developed, applying an analytical research, with a longitudinal design. The Vega-Rivero model and procedure were used to measure intellectual capital. In addition, the expert method was applied to weight the calculations made, processing the information with the support of Microsoft Excel 2019 and SPSS software version 26. As a result, it is indicated that the measurement of intellectual capital showed an increase of 299.28 USD in the hotel under study when comparing the two months studied. Likewise, the adaptation of the Cuban legal environment to the requirements of the environment is rectified. It is concluded that the measurement of intellectual capital ratified the validity of the Vega-Rivero model and procedure; the results serve as support for future studies focused on measuring intellectual capital in hotel entities.

**Keywords:** Intellectual capital; Legal ambit; Intangible assets; Hotel sector; Vega-Rivero model.

## INTRODUCCIÓN

Los activos intangibles deben gestionarse de forma integrada con los activos tangibles para que las organizaciones logren sobrevivir y prosperar en los mercados actuales (Cuervo et al., 2021), caracterizados por la sostenibilidad organizacional en un contexto empresarial que incrementa la exigencia de competitividad en un entorno cambiante (França y Rua, 2018; Miotto et al., 2020).

La sociedad actual exige a las empresas enfocarse en la innovación y diferenciación sistemática, dado que la economía se sustenta en recursos apoyados en el conocimiento, como por ejemplo: gestión de marcas, experiencia de los empleados, creatividad, calidad de productos y servicios, relaciones con diversos *stakeholders*, entre otros, por lo cual, la medición y gestión del Capital Intelectual-CI marca la diferencia en el contexto competitivo (Costa et al., 2020).

En ese sentido, el CI inserta componentes y métricas muy relevantes, que se asocian con el componente humano, estructural, relacional y social, tanto en la medición como gestión, así como en aspectos aún en consolidación con implicancias normativas según el marco legal de cada país y empresa.

La literatura científica también manipula diversos términos como activos intangibles o activos de conocimiento (Armenteros y Vega, 2000; Rivero et al., 2003; Bueno, 2013; Serenko & Bontis, 2013; Archibold y Escobar, 2015; Vega, 2017; Pastor et al., 2017). De acuerdo con Pardo-Cueva et al. (2018) el CI “ha sido percibido como un capital oculto o invisible, dado que la contabilidad, con sus principios y prácticas de base jurídica y financiera, no lo considera ni lo refleja en los estados financieros” (p. 2). La valoración del CI, es realmente difícil de determinar, ya que fluctúa dependiendo principalmente de las condiciones del mercado (Melian, 2018). No obstante, potencia favorablemente el valor que todos los activos pueden adquirir en el aspecto económico y

en el desarrollo jurídico de las empresas cuando se gestionan de forma correcta.

Por lo tanto, es pertinente el análisis del CI desde el punto de vista jurídico y de las Normas Internacionales de Información Financiera-NIIF a partir del Modelo [Vega-Rivero \(2018\)](#). Es importante el estudio en toda América Latina y especialmente en el contexto cubano, puesto que como es bien sabido, existen una serie de restricciones en el ámbito jurídico y contable desde los años 60 hasta la actualidad; sin embargo, el sector hotelero ha sido uno de los ámbitos que más se ha adaptado a las normativas internacionales por exigencia del mercado.

La presente investigación aporta un estudio para el sector turístico, específicamente dentro del campo de acción de la actividad hotelera en el polo turístico de Varadero, en un grupo de hoteles cubanos; donde se observa que actualmente, la contabilidad financiera no informa suficientemente en relación a los activos intangibles, y donde es importante aludir al reconocimiento legal que han tenido, los bienes inmateriales o intangibles lo cual representa un reto para la medición, gestión y contabilización del CI en el contexto, lo cual es relevante dentro de la actividad hotelera, dado el rol que en ella desempeñan estos activos. Pero dicho reto es a su vez un problema investigativo, pues la comunidad científica internacional, aún no tiene criterios conclusivos sobre cómo medir el CI.

Sin dudas, la medición del CI representa una disciplina empresarial relativamente joven; por lo que todavía existen limitadas experiencias en el contexto de la industria del turismo. La presente investigación aporta un estudio dentro de la actividad hotelera y tiene como objetivo; valorar el CI en el ámbito jurídico para en el sector hotelero en Cuba. Además, se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo medir el capital intelectual en el ámbito jurídico en un hotel perteneciente a una cadena de hoteles en Cuba?

## DESARROLLO

*Capital Intelectual*

Al definirse el Capital Intelectual-CI, [Gómez-Bayona et al. \(2020\)](#) indican que los activos intangibles, no se reflejan directamente en los estados financieros, pero contribuyen notablemente a la creación de valor organizacional y al logro de ventajas competitivas sostenibles. En ello coinciden [Demuner et al. \(2017\)](#), quienes lo señalan como la principal fuente creadora de valor; o [Vaz et al. \(2019\)](#), que indican que la medición y gestión de estos activos, auxilian acciones encaminadas a la generación de valor a largo plazo.

Desde otra perspectiva, la administración del CI es única en cada organización que se centra, desde un punto de vista estratégico, en la construcción de activos intelectuales, la renovación y actualización de los ya existentes, así como del incremento del valor de todos ellos ([Erazo-Álvarez y Narváez-Zurita, 2020](#)). Por su parte, [Ordoñez et al. \(2019\)](#) entienden el CI como:

[...] las capacidades que las personas poseemos a lo que nuestra naturaleza nos ha brindado, en la actualidad si hablamos de capital intelectual y como se emplea en nuestro diario vivir podemos reconocer al capital intelectual como la base de todo aquello que provee ganancias y se resume en surgimiento de algo mejor en este caso obtendremos como resultados ganancias, todo esto lo debemos atribuir a la simpleza de nuestro conocimiento (pp. 80–81).

Tomando en cuenta los aspectos citados, se concibe entonces que el CI, es el valor intangible que promueve la identificación, medición, el desarrollo e información de los activos que potencian la innovación y la responsabilidad en la empresa.

*Ámbito Jurídico*

El ámbito jurídico desde el punto de vista empresarial en Cuba, viene adaptándose a las nuevas realidades del entorno internacional en relación con el CI; sobre todo, en aquellos aspectos que son

necesarios para el desarrollo y adaptación de todos los procesos administrativos, donde el ámbito jurídico ha sido flexibilizado a través, de algunas normas ([Borrás-Atiénzar y Campos-Chaurero, 2018](#)).

Dentro del ámbito jurídico, se encuentran las Normas internacionales de Información Financiera-NIIF, como conjunto de parámetros expedidos por la IASB (International Accounting Standards Board) que emergen como consecuencia de la globalización económica y la dinámica de los mercados internacionales ([Orobio et al., 2018](#)). Además, es importante la realidad jurídica cambiante en el contexto cubano en torno a las cuales hacen referencia a los requisitos que permiten reconocer, medir, presentar e informar las transacciones y los hechos económicos que guardan relación con las empresas reflejados en sus estados financieros. En relación con el CI, se puede hacer referencia a la NIIF 134 sobre el capital de una empresa en donde se indica que una entidad revelará información que permita que los usuarios de sus estados financieros evalúen los objetivos, las políticas y los procesos que ella aplica para gestionar el capital.

En ese orden de ideas, la NIIF respecto del CI, si bien no lo menciona de forma específica, si hace referencia a la información cualitativa y la información cuantitativa de una entidad financiera. En relación con la cuantitativa, indica que se deberá revelar información sobre lo que se gestiona como capital incluyendo los pasivos financieros en algunos casos de determinadas empresas que así lo consideren, o la exclusión del capital de algunos componentes del patrimonio. Con respecto a la cualitativa, que es de especial interés debido al CI, sus procesos permiten la gestión del capital mediante la descripción de lo que se considera capital a los fines de esa entidad financiera y a los efectos de su gestión, así como la naturaleza de ese capital y la forma en la que se incorpora la gestión del capital y cómo cumple sus objetivos.

Otra mención se hace al CI dentro de las normas, y es precisamente, en el apartado B7 relacionado con los procesos, entre ellos, aquellos que pueden ser creados; a través, de la capacidad

intelectual de los trabajadores organizados que tengan la formación y experiencia necesarias para proporcionar los procesos susceptibles siguiendo los insumos para elaborar productos.

También en la norma B37, se hace mención especial al CI de lo que la norma llama una 'plantilla (de trabajadores) entrenada' es decir, con respecto al conocimiento y la experiencia, en ese sentido, el capital intelectual de la empresa viene determinado por esa condición específica de la plantilla de trabajadores. Estas normas valoran dentro del capital de la empresa el componente intelectual, esencial motor para el desarrollo de los determinados procesos que constituyen (Orobio et al., 2018).

En otro orden de ideas, de acuerdo con Montané-Marsal y Cuesta-Santos (2020), la atención de los activos intangibles de capital humano, específicamente los considerados del conocimiento, constituyen un aspecto esencial para desarrollar organizaciones eficientes. El cambio de paradigma económico requiere la adopción de una nueva perspectiva estratégica, donde debe identificar y gestionar aquellos recursos y capa. Para la medición de los activos intangibles se realizan mediciones nominales y ordinales. La tendencia suele ser establecer correlaciones e inferencias sobre su valor en comparación con los indicadores económicos y de eficiencia (Montané-Marsal y Cuesta-Santos, 2020).

Es importante mencionar que todo bien inmaterial desde el punto de vista jurídico tiene reconocimiento legal, y viene derivado de la norma, de esta manera, el titular del bien ostentaría monopolio sobre él, de otro modo simplemente tendría un reconocimiento de descubridor. De acuerdo con Melian (2018) los activos intangibles:

[...] se caracterizan por desempeñar actualmente un papel protagónico en el ámbito mercantil dado el alto valor que pueden llegar a alcanzar; son un conjunto de bienes inmateriales que no poseen apariencia física y, por esa razón, se manifiestan por medio de un documento legal; representan derechos, privilegios o ventajas competitivas en el mercado global (p. 6).

Razón por la cual, el valor de cualquier activo intangible estará relacionado directamente con su aptitud para generar ingresos, ya sea por su explotación, o por su venta. El concepto de ‘bien intangible’ no tiene relación alguna con el valor económico de esa cosa o bien inmaterial. Este término se refiere a una de las características del bien, es decir, su inmaterialidad que, no está relacionada con su faceta económica, es un concepto puramente jurídico utilizado para diferenciar estos de los llamados —bienes tangibles—. Los activos intangibles que forman parte del patrimonio de estas compañías “deben tener además un respaldo en los documentos contables tanto aquellos que se aportan, como los que surgen en el transcurso de la vida de la empresa” (Melian, 2018).

Según los autores antes mencionados, unos sectores empresariales de avanzada han sido conscientes junto con algunos estamentos de la vieja guardia administrativa, se han propuesto a establecer normativas en todo lo relacionado con la medición del capital intelectual, proponiendo algunos modelos; sin embargo, se ratifica que para efectos de este estudio se utiliza principalmente el modelo y procedimiento Vega-Rivero.

## METODOLOGÍA

El tipo de investigación fue de tipo analítico en el cual se desarrollan actividades reflexivas y analíticas en correspondencia con el planteamiento de investigación (Ortega et al., 2022). Por otra parte, el análisis estadístico fue univariado, dado que su única variable de interés es el CI, la cual evidentemente estaba conformada por diversas subvariables que integraron las dimensiones en las que se estructuró la citada variable.

El diseño fue no experimental, dado que no existió intervención o experimento por parte de los investigadores, por lo cual los datos reflejaron la evolución natural de los diversos indicadores, de forma ajena a la voluntad de los investigadores. Igualmente, se trató de un estudio longitudinal, pues la variable de interés se midió en dos ocasiones, lo cual permitió realizar comparaciones. Así mismo,

se aplicó una medición cualitativa relacionada con algunos aspectos, donde el ámbito político y académico se han puesto de acuerdo para hacer adaptaciones pertinentes, tomando en cuenta las normativas establecidas como resaltan ([Borrás-Atiénzar y Campos-Chaurero, 2018](#)).

Para la implementación del modelo planteado se consideraron dos meses consecutivos, con vistas a poder calcular la variación del CI mediante los indicadores seleccionados, a través del trabajo con los expertos. Se utilizó el método de estudio de caso, como una estrategia para el estudio del fenómeno organizacional y social abordado ([Vega, 2018](#)), en este caso la medición del CI en un hotel, perteneciente a una cadena de hoteles en Cuba.

Por otra parte, se utilizó el Modelo Vega-Rivero, seleccionado por su fuerte nexo con la estrategia organizacional, su capacidad de adaptarse a la estructura de cualquier tipo de organización, así como por individualizar los diversos componentes del CI de forma metódica y natural. Para la validación de este método, se utilizó el juicio de expertos para ponderar los cálculos realizados, procesándose la información con el apoyo de Microsoft Excel (2019) y el software [SPSS \(versión 26\)](#).

## RESULTADOS

Los resultados obtenidos se explican en los siguientes pasos:

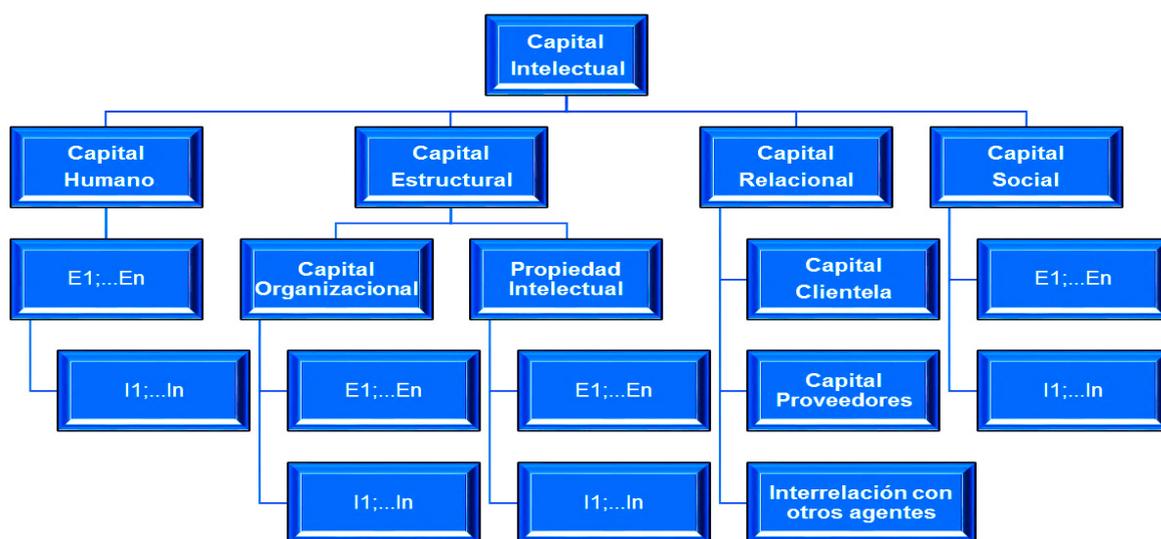
### *Paso 1. Establecimiento de los prerrequisitos básicos para el éxito de la medición del Capital Intelectual*

El hotel estudiado contó con los prerrequisitos necesarios para desarrollar el estudio, pues contó con un adecuado grado de madurez que le permitió comprender la necesidad del análisis de sus resultados, tanto financieros como no financieros. Igualmente, contó con una actualizada planeación estratégica; evidenció un compromiso e implicación con el Capital Intelectual (fundamentalmente de su alta dirección); además, de tener enfocados sus activos intangibles a sus procesos organizacionales; y comprender la importancia de

obtener aproximaciones en los cálculos más que exactitudes, dada la naturaleza intangible de los mismos.

La [Figura 1](#) expone el modelo propuesto, que tiene como objetivo contribuir a la comprensión del concepto de Capital Intelectual, a través de su representación, la cual posibilita visualizar sus dimensiones y mostrar la lógica de su medición mediante la descomposición de las dimensiones en elementos e indicadores; así como su síntesis en una expresión monetaria.

FIGURA 1. *Modelo Vega-Rivero.*



Leyenda: I: Indicadores. E: Elementos.

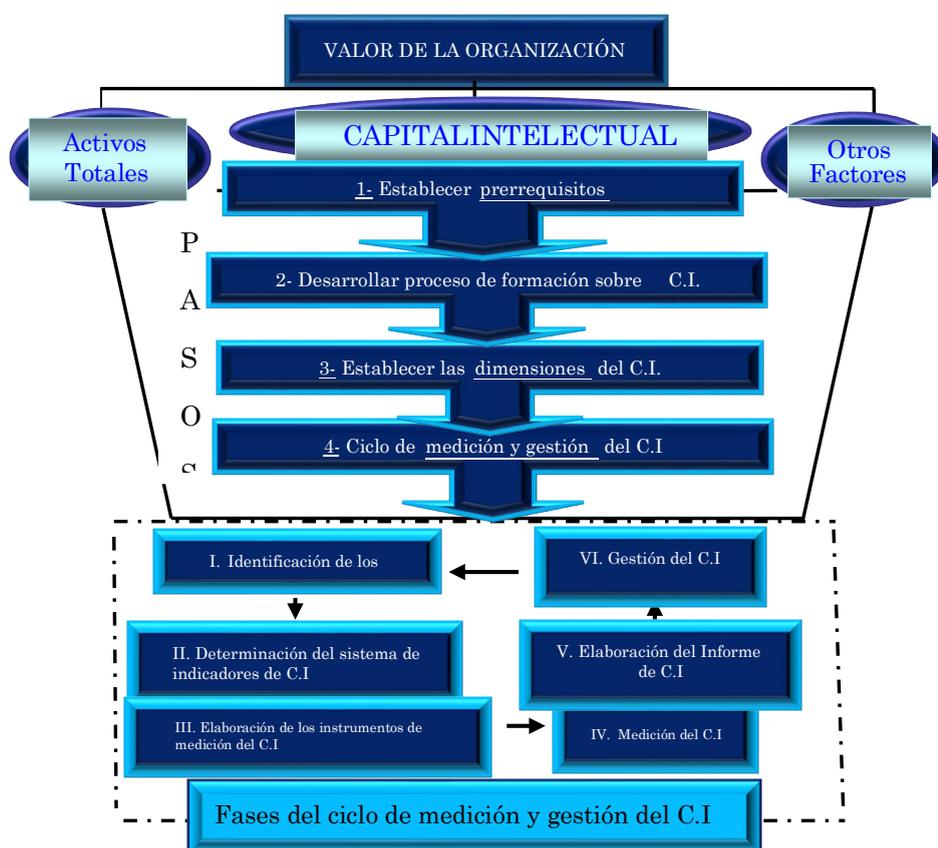
Fuente: Vega (2016).

El modelo se estructura en cuatro dimensiones (Capital Humano, Capital Estructural, Capital Relacional y Capital Social), las cuales agrupan a los intangibles de acuerdo a determinadas características. Como aspecto diferenciador de otros modelos existentes, se divide el Capital Relacional en Capital Clientela, Capital Proveedores e Interrelación con otros Agentes, con el propósito de brindar una información más detallada, con vistas a la toma de decisiones.

Los elementos del modelo (E1... En), describen a los intangibles reconocidos en cada dimensión, los cuales deben alinearse con las estrategias y objetivos de cada institución, de acuerdo con su contribución al logro de los mismos. Por su parte, los indicadores (I1...In) representan la forma en que se valoran los elementos que se identifiquen, no representando un objetivo en sí mismo, pues requieren ser valorados e interpretados de acuerdo con los estándares y el contexto de cada uno, o sea, son concebidos como instrumentos de medición para conocer el estado y evolución de sus respectivos elementos.

La [Figura 2](#) expone el procedimiento correspondiente al modelo utilizado el cual tiene como objetivo proporcionar una guía que facilite la medición del Capital Intelectual en las instituciones, de forma estructura en una secuencia lógica de pasos, fases y etapas.

**FIGURA 2.** *Procedimiento de implementación del Modelo Vega-Rivero.*



Fuente: Vega (2016).

La [Figura 2](#) permite mostrar el rol del CI respecto a su contribución al valor de la organización, en conjunto con los activos totales. Asimismo, se incluyen otros factores, con el objetivo de no obviar aspectos exógenos propios de los mercados, como, por ejemplo, los concernientes a la negociación, y el comportamiento de precios.

El procedimiento propuesto partió de prerrequisitos necesarios (Paso 1) como por ejemplo, el compromiso de la alta dirección, y de la necesaria formación que requiere el personal de la institución (Paso 2), para continuar con el establecimiento de las dimensiones del CI (Paso 3) y posteriormente, con su ciclo de medición y gestión (Paso 4).

### *Paso 2. Desarrollo del proceso de formación acerca del Capital Intelectual*

Se desarrolló una capacitación en materia de Capital Intelectual, en la cual participaron durante dos meses los directivos del hotel de primer y segundo nivel en las líneas de mando.

### *Paso 3. Establecimiento de las dimensiones del Capital Intelectual*

La definición de los elementos que conformaron las cuatro dimensiones del CI quedaron como se muestra en la [Tabla 1](#).

Teniendo en consideración que no todos los indicadores poseen el mismo tipo de unidad de medida, algunos se expresaron porcentualmente, otros mediante unidades monetarias, y el resto con un recuento directo. En el caso de éstos últimos, fue necesario convertirlos a porcientos (*i*) o a unidades monetarias (*C*), según el modelo y procedimiento empleado.

Los expresados como *i* representaron el porcentaje de aprovechamiento que tuvo en el contexto de la inversión en activos intangibles, siendo ésta la que se expresa a través de *C*, tal como se expone en la [Figura 3](#), la cual además refleja el tratamiento de la ponderación que se propuso, de acuerdo con los expertos.

TABLA 1. *Elementos que conformaron las cuatro dimensiones del Capital Intelectual.*

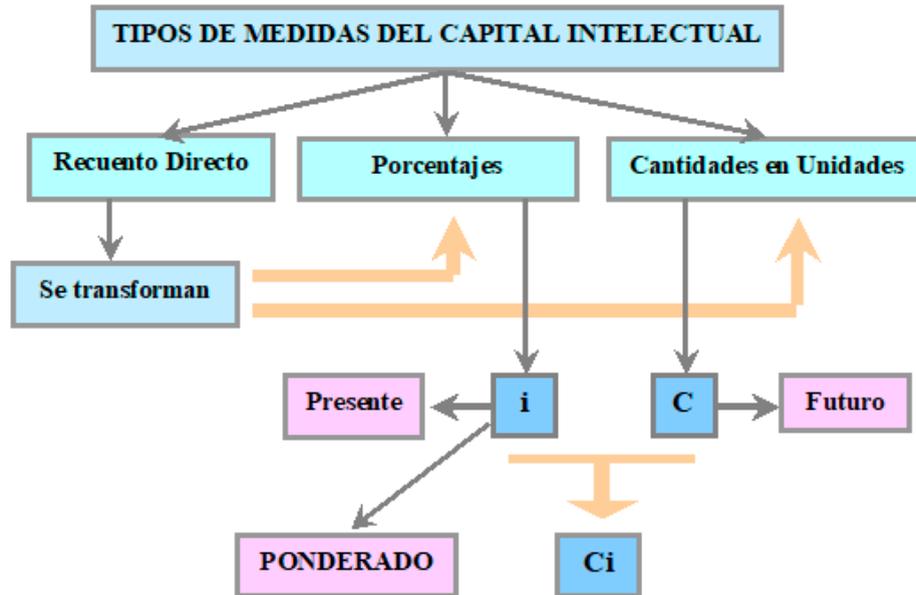
Capital Relacional	
Capital Clientela.	Capital Proveedores
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de habitaciones.</li> <li>• Por ciento de ocupación de habitaciones.</li> <li>• Número de clientes.</li> <li>• Por ciento de ocupación de clientes.</li> <li>• Estancia promedio por clientes.</li> <li>• Ingresos promedios por clientes.</li> <li>• Costo por peso/ cliente.</li> <li>• Por ciento de ocupación por nacionalidades.</li> <li>• Índice de repitencia.</li> <li>• Porcentaje de pérdidas de clientes.</li> <li>• Inversión en comunicación con el cliente (manuales, seminarios, e-mail, acceso telefónico, plegables, revistas, entre otros).</li> <li>• Porcentaje de quejas y sugerencias relacionadas con:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio Alojamiento.</li> <li>• Servicio Comida.</li> <li>• Servicio Bebida.</li> <li>• Servicio Recreación.</li> <li>• Otros.</li> </ul> </li> <li>• Sugerencias aceptadas/Total de sugerencias emitidas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de proveedores.</li> <li>• Índice de satisfacción con los proveedores.</li> <li>• Inversión en comunicación con proveedores.</li> <li>• Índice calidad del contacto.</li> <li>• Tiempo de respuesta a las solicitudes.</li> <li>• Índice de utilización de la tecnología informática.</li> </ul> <hr/> <p style="text-align: center;"><i>Interrelación con otros agentes</i></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de alianzas estratégicas.</li> <li>• Por ciento de incremento del ingreso como resultado de alianzas.</li> <li>• Inversión en alianzas.</li> <li>• Índice de calidad de la alianza.</li> <li>• Tiempo de duración de la alianza.</li> <li>• Índice de utilización de la tecnología informática en relación con las alianzas.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

Se utilizó el indicador (*i*) mediante una media ponderada de acuerdo a la importancia de cada indicador en concordancia con la estrategia del hotel. El valor de estas ponderaciones se obtuvo mediante el criterio de cinco expertos, incluyendo a especialistas internos y externos.

La **Tabla 2** expone el método de ordenación de prioridades de los indicadores del coeficiente de eficiencia.

FIGURA 3. *Medidas del Capital Intelectual.*



Fuente: Elaboración propia.

TABLA 2. *Método de ordenación de prioridades de los indicadores del coeficiente de eficiencia.*

Atributos	E1	E2	E3	E4	E5	PJ	VJ
Índice de satisfacción de clientes internos (Encuesta).	2	4	6	3	5	20	0.013
Índice de motivación de clientes internos (Encuesta).	6	8	11	7	6	38	0.025
Proporción de empleados administrativos (Empleados administrativos / Total del personal).	24	24	24	24	24	120	0.080
Índice de retención de empleados (Total inicial del personal + Altas de personal – Bajas de personal) / (Total inicial del personal + Altas del personal).	14	16	15	14	17	76	0.051
Índice de formación del personal (Entrevistas y encuestas).	7	9	5	8	10	39	0.026
Índice de competencias del personal en TI (Encuesta).	19	21	20	19	18	97	0.065
Índice de competencias del personal en idiomas (Encuesta).	12	10	9	13	11	55	0.037

Atributos	E1	E2	E3	E4	E5	PJ	VJ
Cuota de mercado {(Ingresos totales) / (Ingresos totales + Ingresos de competidores)}.	18	17	19	15	16	85	0.057
Índice de satisfacción de clientes externos (Encuesta).	1	1	1	1	1	5	0.003
Índice de liderazgo (No. de líderes / Total del personal).	3	2	4	2	4	15	0.010
Índice de cultura de trabajo en equipo (Encuesta).	15	18	14	16	15	78	0.052
Índice de asistencia laboral (Encuesta).	23	22	21	23	19	108	0.072
Índice de cubrimiento de la plantilla de personal (Plantilla cubierta / Plantilla aprobada).	20	19	16	17	20	92	0.061
Índice de rotación del personal (Personal que ha rotado / Personal que debió rotar).	22	23	18	18	21	102	0.068
Índice promedio de experiencia laboral en la profesión (Años promedio de experiencia en la profesión / 30 años).	8	5	7	4	7	31	0.021
Índice de disponibilidad de PC (No de PC / Total del personal que requiere PC).	16	14	17	20	14	81	0.054
Índice de identificación con la visión y la misión de la organización (Encuesta).	4	3	3	5	3	18	0.012
Índice de repitencia (Huéspedes repitentes / Huéspedes totales).	9	6	8	6	8	37	0.025
% de ocupación de habitaciones (Habitaciones ocupadas / Habitaciones disponibles).	5	7	2	9	2	25	0.017
% de ocupación de clientes (Clientes hospedados / Capacidad de hospedaje de clientes).	10	11	10	10	9	50	0.033
Índice de satisfacción con los proveedores (Encuesta).	11	12	12	11	12	58	0.039
% de incremento del ingreso como resultado de alianzas (Estadísticas del departamento de Contabilidad).	21	20	22	22	22	107	0.071
Índice del personal evaluado con la máxima calificación (Personal evaluado con la máxima calificación / Total del personal)	17	15	23	21	23	99	0.066
Índice de satisfacción con los turoperadores (Encuesta).	13	13	13	12	13	64	0.043
$\Sigma$						1500	1.000

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la [Tabla 2](#), cada uno de los 24 atributos fueron ordenados por orden de importancia (donde 1 fue el más importante y 24 el menos importante) por cada uno de los cinco expertos (desde E1 hasta E5). Además, se especifica al lado de cada atributo su respectiva fuente (encuestas, entrevistas, estadísticas contables o fórmulas específicas). El valor de la columna *PJ* representa la suma de los lugares que le otorgaron los expertos a cada atributo, mientras que la columna *VJ* significa la división del *PJ* individual de cada atributo entre la sumatoria de todos los *PJ*, o sea, el peso específico.

Posteriormente se cuantificaron los indicadores de medida absoluta del CI (*C*) y los indicadores correspondientes al coeficiente de eficiencia (*i*) en el hotel, en base a los dos meses medidos en su totalidad. Los resultados de estos cálculos se evidencian de forma consecutiva desde la [Tabla 3](#) hasta la [Tabla 12](#).

[TABLA 3.](#) *Método de expertos para la ponderación de la formación del personal.*

Expertos	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	
E1	7	3	5	2	4	1	6	
E2	7	3	4	2	5	1	6	
E3	7	4	5	2	3	1	6	
E4	7	2	5	3	4	1	6	
E5	6	3	5	1	4	2	7	
$R_{mn}$	34	15	24	10	20	6	31	$\sum R_{mn} = 140$
$V_j$	0.243	0.107	0.171	0.072	0.143	0.043	0.221	$\sum V_j = 1.00$

Fuente: Elaboración propia.

En la [Tabla 3](#) se muestra el orden que le asignó cada experto (E1 hasta E5) a cada uno de los atributos que conformaron la formación del personal (A1 hasta A7). El valor  $R_{mn}$  correspondió a la suma vertical de cada uno de estos lugares asignados para cada A, mientras que  $\sum R_{mn}$  fue la suma horizontal de todos los  $R_{mn}$ , y los valores de  $V_j$  correspondió a la división de cada  $R_{mn}$  entre el valor de  $\sum R_{mn}$ . Por ejemplo, A1 tuvo un  $R_{mn}$  de 34, que al dividirse entre  $\sum R_{mn} = 140$ , dio un valor de 0.243.

**Tabla 4.** *Método de expertos para la ponderación de la identificación de la misión y visión de la organización.*

Expertos	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	
E1	6	5	4	1	7	3	2	
E2	6	5	4	1	7	3	2	
E3	6	5	4	1	7	2	3	
E4	5	6	4	1	7	3	2	
E5	5	6	4	1	7	3	2	
$R_{mn}$	28	27	20	5	35	14	11	$\sum R_{mn} = 140$
$V_J$	0.200	0.193	0.143	0.036	0.250	0.100	0.078	$\sum V_J = 1.00$

Fuente: Elaboración propia.

En la [Tabla 4](#) se expone el orden que le asignaron los cinco expertos (E1 hasta E5) a todos los atributos que conformaron la identificación de la misión y visión de la organización (A1 hasta A7). El valor  $R_{mn}$  correspondió a la suma de cada uno de estos lugares asignados para cada A, mientras que  $\sum R_{mn}$  fue la suma de todos los  $R_{mn}$ , y los valores de  $V_J$  correspondieron a la división de cada  $R_{mn}$  entre el valor de  $\sum R_{mn}$ . Por ejemplo, A1 tuvo un  $R_{mn}$  de 28, que al dividirse entre  $\sum R_{mn} = 140$ , dio un valor de 0.200.

**Tabla 5.** *Método de expertos para la ponderación del trabajo en equipo.*

Expertos	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	
E1	1	7	6	2	3	4	5	
E2	1	6	7	3	2	5	4	
E3	2	6	7	1	3	5	4	
E4	1	7	6	2	3	4	5	
E5	1	7	6	3	2	4	5	
$R_{mn}$	6	33	32	11	13	22	23	$\sum R_{mn} = 140$
$V_J$	0.043	0.236	0.228	0.079	0.093	0.157	0.164	$\sum V_J = 1.00$

Fuente: Elaboración propia.

En la [Tabla 5](#) se evidencia el orden asignado por los expertos (E1 hasta E5) a cada uno de los atributos que conformaron el trabajo en equipo (A1 hasta A7). El valor  $R_{mn}$  correspondió a la suma de cada uno de estos lugares asignados para cada  $A$ , mientras que  $\sum R_{mn}$  fue la suma de todos los  $R_{mn}$ , y los valores de  $V_j$  correspondió a la división de cada  $R_{mn}$  entre el valor de  $\sum R_{mn}$ . Por ejemplo, A1 tuvo un  $R_{mn}$  de 6, que al dividirse entre  $\sum R_{mn} = 140$ , dio un valor de 0.043.

*Tabla 6. Método de expertos para la ponderación de la competencia en tecnología informática.*

Expertos	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	
E1	1	2	6	7	3	5	4	8	
E2	1	3	7	6	2	4	5	8	
E3	1	2	6	7	4	5	3	8	
E4	1	2	6	7	3	4	5	8	
E5	1	2	7	6	5	4	3	8	
$R_{mn}$	5	11	32	33	17	22	20	40	$\sum R_{mn} = 180$
$V_j$	0.028	0.061	0.178	0.183	0.095	0.122	0.111	0.222	$\sum V_j = 1.00$

Fuente: Elaboración propia.

En la [Tabla 6](#) se muestra el orden asignado por los expertos (E1 hasta E5) a cada uno de los atributos que conformaron la competencia en tecnología informática (A1 hasta A8). El valor  $R_{mn}$  correspondió a la suma de cada uno de estos lugares asignados para cada  $A$ , mientras que  $\sum R_{mn}$  fue la suma de todos los  $R_{mn}$ , y los valores de  $V_j$  correspondió a la división de cada  $R_{mn}$  entre el valor de  $\sum R_{mn}$ . Por ejemplo, A1 tuvo un  $R_{mn}$  de 5, que al dividirse entre  $\sum R_{mn} = 180$ , dio un valor de 0.028.

En la [Tabla 7](#) se muestra el orden asignado por los expertos (E1 hasta E5) a cada uno de los atributos que conformaron la competencia de nivel idiomático (A1 hasta A8). El valor  $R_{mn}$  correspondió a la suma de cada uno de estos lugares asignados para cada  $A$ , mientras que  $\sum R_{mn}$  fue la suma de todos los  $R_{mn}$ , y los valores de  $V_j$  correspondió a la división de cada  $R_{mn}$  entre el valor de  $\sum R_{mn}$ . Por ejemplo, A1 tuvo un  $R_{mn}$  de 18, que al dividirse entre  $\sum R_{mn} = 180$ , dio un valor de 0.100.

TABLA 7. Método de expertos para la ponderación de la competencia de nivel idiomático.

Expertos	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	
E1	3	6	1	5	7	4	2	8	
E2	4	6	1	5	8	3	2	7	
E3	4	5	2	6	7	3	1	8	
E4	4	6	1	5	7	3	2	8	
E5	3	6	1	5	7	4	2	8	
$R_{mn}$	18	29	6	26	36	17	9	39	$\sum R_{mn} = 180$
$V_j$	0.100	0.161	0.033	0.144	0.200	0.095	0.050	0.217	$\sum V_j = 1.00$

Fuente: Elaboración propia.

Desde la Tabla 3 hasta la Tabla 7 se reflejan los resultados de la aplicación del Método de Expertos, que posibilitó lograr la ponderación del peso de importancia de los valores de  $i$ , en concordancia con (Vega, 2016).

La Tabla 8 expone las inversiones y gastos incurridos en los dos meses estudiados (febrero y marzo) en los 14 conceptos considerados en el estudio por los expertos (Valor de medida absoluta o C). Resalta el predominio de la inversión en nuevos negocios, así como la no existencia en este período de valores en IED; inversión en identificación de marca; inversión en patentes nuevas o derechos de autor; así como en alianzas. Esto último se debe a que son inversiones que generalmente se efectuaron anualmente.

En la Tabla 9 se expone el valor real correspondiente a los 24 indicadores del coeficiente de, eficiencia ( $i$ ), en ambos meses. Destacó que, exceptuando al Índice de rotación del personal y el Índice de repitencia, en el resto de los casos los valores se mantuvieron o se incrementaron de un mes al siguiente.

En la Tabla 10 se indica cómo se normaliza la matriz multiatributo del coeficiente de eficiencia ponderado; es decir, cómo se multiplicará en cada uno de los 24 valores  $i$  su peso específico o ponderación previamente definida por el valor real que obtuvo su medición en los dos meses.

**TABLA 8.** *Indicadores de medida absoluta de Capital Intelectual (C).*

No.	Indicadores (C)	Febrero	Marzo
1	Inversión en principiantes (salarios + formación + otras retribuciones + otros).	\$ 242.02	\$ 0.00
2	Gasto promedio de formación del personal.	252.05	274.11
3	Inversión en nuevos negocios.	2 341.22	3,170.40
4	Inversión en desarrollo de nuevos mercados.	0.00	0.00
5	Inversión en TI.	1 035.94	989.97
6	Inversión en actualización de sistemas de Intercambio Electrónico de Datos (IED).	0.00	0.00
7	Inversión en identificación de marca (logos / nombre).	0.00	0.00
8	Inversión en patentes nuevas, derechos de autor, etc.	0.00	0.00
9	Gastos I + D.	1 623.00	926.60
10	Inversión en comunicación con el cliente (folletos, plegables, e-mail, tarjetas postales, manuales, entre otros).	2 105.82	1 979.64
11	Inversión en comunicación con proveedores (10% de 10).	975.24	894.66
12	Inversión en alianzas.	0.00	0.00
13	Inversión en atenciones especiales a clientes.	887.52	964.73
14	Inversión en atenciones a clientes VIP.	1 243.47	1 435.56
	Total	\$ 10 706.28	\$ 10 635.67

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 9. *Indicadores del coeficiente de eficiencia de Capital Intelectual (i).*

No.	Indicadores (i)	Febrero	Marzo
1	Índice de satisfacción de clientes internos.	0.89	0.91
2	Índice de motivación de clientes internos.	0.90	0.92
3	Proporción de empleados administrativos.	0.08	0.08
4	Índice de retención de empleados.	1.00	1.00
5	Índice de formación del personal.	6.75	6.82
6	Índice de competencias del personal en TI.	6.84	6.87
7	Índice de competencias del personal en idiomas.	6.83	6.91
8	Cuota de mercado.	0.04	0.05
9	Índice de satisfacción de clientes externos.	0.83	0.85
10	Índice de liderazgo.	0.25	0.25
11	Índice de cultura de trabajo en equipo.	6.80	6.91
12	Índice de asistencia laboral.	0.94	0.96
13	Índice de cubrimiento de la plantilla de personal.	0.93	0.94
14	Índice de rotación del personal.	0.90	0.83
15	Índice promedio de experiencia laboral en la profesión.	0.40	0.40
16	Índice de disponibilidad de PC.	0.98	0.98
17	Índice de identificación con la visión y la misión de la organización.	6.86	6.96
18	Índice de repitencia.	0.08	0.07
19	% de ocupación de habitaciones.	0.72	0.76
20	% de ocupación de clientes.	0.69	0.74
21	Índice de satisfacción con los proveedores.	0.83	0.85
22	% de incremento del ingreso como resultado de alianzas.	0.43	0.58
23	Índice del personal evaluado con la máxima calificación.	0.84	0.86
24	Índice de satisfacción con los turoperadores.	0.76	0.79

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 10.** *Normalización de la matriz multiatributo del coeficiente de eficiencia ponderado.*

No.	Indicadores ( <i>i</i> )	$V_j$	Febrero ( <i>i</i> )	Marzo ( <i>i</i> )
1	Índice de satisfacción de clientes internos)	0.013	0.89	0.91
2	Índice de motivación de clientes internos	0.025	0.90	0.92
3	Proporción de empleados administrativos	0.080	0.08	0.08
4	Índice de retención de empleados	0.051	1.00	1.00
5	Índice de formación del personal	0.026	6.75	6.82
6	Índice de competencias del personal en TI	0.065	6.84	6.87
7	Índice de competencias del personal en idiomas	0.037	6.83	6.91
8	Cuota de mercado	0.057	0.04	0.05
9	Índice de satisfacción de clientes externos	0.003	0.83	0.85
10	Índice de liderazgo	0.010	0.25	0.25
11	Índice de cultura de trabajo en equipo	0.052	6.80	6.91
12	Índice de asistencia laboral	0.072	0.94	0.96
13	Índice de cubrimiento de la plantilla de personal	0.061	0.93	0.94
14	Índice de rotación del personal	0.068	0.90	0.83
15	Índice promedio de experiencia laboral en la profesión	0.021	0.40	0.40
16	Índice de disponibilidad de PC	0.054	0.98	0.98
17	Índice de identificación con la visión y la misión de la organización	0.012	6.86	6.96
18	Índice de repitencia	0.025	0.08	0.07
19	% de ocupación de habitaciones	0.017	0.72	0.76
20	% de ocupación de clientes	0.033	0.69	0.74
21	Índice de satisfacción con los proveedores	0.039	0.83	0.85
22	% de incremento del ingreso como resultado de alianzas	0.071	0.43	0.58
23	Índice del personal evaluado con la máxima calificación	0.066	0.84	0.86
24	Índice de satisfacción con los turoperadores	0.043	0.76	0.79
	Total	1.00		

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 11. *Matriz normalizada del coeficiente de eficiencia ponderado (i) del mes de febrero.*

No.	Indicadores (i)	$V_j$	Febrero (i)	i Ponderado
1	Índice de satisfacción de clientes internos	0.013	0.98	0.0127
2	Índice de motivación de clientes internos	0.025	0.98	0.0245
3	Proporción de empleados administrativos	0.080	1.00	0.080
4	Índice de retención de empleados	0.051	1.00	0.051
5	Índice de formación del personal	0.026	0.99	0.0257
6	Índice de competencias del personal en TI	0.065	0.99	0.0643
7	Índice de competencias del personal en idiomas	0.037	0.99	0.0366
8	Cuota de mercado	0.057	0.80	0.0456
9	Índice de satisfacción de clientes externos	0.003	0.98	0.0029
10	Índice de liderazgo	0.010	1.00	0.0100
11	Índice de cultura de trabajo en equipo	0.052	0.98	0.0509
12	Índice de asistencia laboral	0.072	0.98	0.0705
13	Índice de cubrimiento de la plantilla de personal	0.061	0.99	0.0603
14	Índice de rotación del personal	0.068	1.00	0.0680
15	Índice promedio de experiencia laboral en la profesión	0.021	1.00	0.0210
16	Índice de disponibilidad de PC	0.054	1.00	0.0540
17	Índice de identificación con la visión y la misión de la organización	0.012	0.99	0.0118
18	Índice de repitencia	0.025	1.00	0.0250
19	% de ocupación de habitaciones	0.017	0.95	0.0161
20	% de ocupación de clientes	0.033	0.93	0.0306
21	Índice de satisfacción con los proveedores	0.039	0.98	0.0382
22	% de incremento del ingreso como resultado de alianzas	0.071	0.74	0.0525
23	Índice del personal evaluado con la máxima calificación	0.066	0.98	0.0646
24	Índice de satisfacción con los turoperadores	0.043	0.96	0.0412
	Total	1.00		0.9580

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 12.** *Matriz normalizada del coeficiente de eficiencia ponderado (i) del mes de marzo.*

No.	Indicadores (i)	$V_j$	Marzo (i)	i Ponderado
1	Índice de satisfacción de clientes internos.	0.013	1.00	0.0130
2	Índice de motivación de clientes internos.	0.025	1.00	0.0250
3	Proporción de empleados administrativos.	0.080	1.00	0.0800
4	Índice de retención de empleados.	0.051	1.00	0.0510
5	Índice de formación del personal.	0.026	1.00	0.0260
6	Índice de competencias del personal en TI.	0.065	1.00	0.0650
7	Índice de competencias del personal en idiomas.	0.037	1.00	0.0370
8	Cuota de mercado.	0.057	1.00	0.0570
9	Índice de satisfacción de clientes externos.	0.003	1.00	0.0030
10	Índice de liderazgo.	0.010	1.00	0.0100
11	Índice de cultura de trabajo en equipo.	0.052	1.00	0.0520
12	Índice de asistencia laboral.	0.072	1.00	0.0720
13	Índice de cubrimiento de la plantilla de personal.	0.061	1.00	0.0610
14	Índice de rotación del personal.	0.068	0.92	0.0625
15	Índice promedio de experiencia laboral en la profesión.	0.021	1.00	0.0210
16	Índice de disponibilidad de PC.	0.054	1.00	0.0540
17	Índice de identificación con la visión y la misión de la organización.	0.012	1.00	0.0120
18	Índice de repitencia.	0.025	0.88	0.0220
19	% de ocupación de habitaciones.	0.017	1.00	0.0170
20	% de ocupación de clientes.	0.033	1.00	0.0330
21	Índice de satisfacción con los proveedores.	0.039	1.00	0.0390
22	% de incremento del ingreso como resultado de alianzas.	0.071	1.00	0.0710
23	Índice del personal evaluado con la máxima calificación.	0.066	1.00	0.0660
24	Índice de satisfacción con los turoperadores.	0.043	1.00	0.0430
	Total	1.00		0.9925

Fuente: Elaboración propia.

La [Tabla 11](#) expone el resultado de la matriz normalizada del coeficiente de eficiencia ponderado ( $i$ ), específicamente del mes de febrero. O sea, concreta la multiplicación del valor  $V_J$  de cada  $i$ , ya planteado en la [Tabla 9](#), por el valor real del mes de febrero.

La [Tabla 12](#) muestra el resultado de la matriz normalizada del coeficiente de eficiencia ponderado ( $i$ ), específicamente del mes de febrero. Es decir, efectúa la multiplicación del valor  $V_J$  de cada  $i$ , ya expuesto en la [Tabla 9](#), por el valor real del mes de marzo.

A partir de la información detallada en las tablas expuestas, se determinó el CI para los dos meses estudiados (febrero y marzo), de la forma siguiente: Capital Intelectual =  $\sum$  Indicadores de medida absoluta de capital intelectual ( $C$ )  $\times$   $\sum$  Indicadores ponderados del coeficiente de eficiencia de Capital Intelectual ( $i$ ):

$$\text{Febrero: CI} = \$10\,706.28 * 0.9580 = \$ 10\,256.62$$

$$\text{Marzo: CI} = \$10\,635.67 \times 0.9925 = \$10\,555.90 \text{ Variación} = \$299.28$$

Luego de ponderarse los indicadores de eficiencia ( $i$ ), se multiplicó dicho resultado por el valor del indicador citado, alcanzándose de esta forma un valor de ( $i$ ) ponderado. La suma de estos últimos 0.9580 para febrero y 0.9925 para marzo representaron el valor promedio ponderado de los indicadores ( $i$ ).

Los cálculos mostraron un valor de CI para febrero equivalente a 10256.62 usd, y para marzo de 10555.90 usd, lo cual evidencia un aumento de 299.28 usd.

## DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos permiten ratificar la adaptación del ámbito cubano a las exigencias del entorno y específicamente a las normativas jurídicas relacionadas con la medición del Capital Intelectual-CI. La propuesta metodológica para calcular el CI admite generalizarse en otros hoteles, con las adecuaciones lógicas a cada organización. Se prefiere un acercamiento oportuno en los resultados, a una precisión tardía, dada que la medición de los recursos intangibles, y su posterior inserción en los estados financieros, como anexos, es muy útil para interpretar y gestionar el auténtico valor organizacional.

Los resultados de la presente investigación posibilitan destacar como en la medición de los elementos esenciales del CI se definen disímiles indicadores de acuerdo con la estrategia y los objetivos inherentes a la organización analizada, el modelo empleado y su respectivo procedimiento posibilitando identificar los elementos correspondientes a cada dimensión, así como los indicadores respectivos.

La medida de los intangibles determinados posibilita manifestar activos intangibles de tipo estratégico, valiosos para gestionar la estrategia organizacional. Además, la definición del valor de las acciones que tributan al crecimiento del capital intelectual, al desglosarse por las dimensiones, ofrecen información desagregada, muy útil para gestionar de forma dinámica la institución. Además, el Informe periódico del CI ofrece elementos para comparar períodos y a su vez compararse con la competencia.

Al realizar una comparación con estudios similares, a pesar de que los elementos del capital intelectual son análogos, la clasificación no necesariamente concuerda. Por ejemplo, en el estudio de [Mercado-Salgado \(2016\)](#), se construye y valida con acertado juicio una escala para medir el capital intelectual de universidades mexicanas, al tomar como punto de partida la teoría de recursos y capacidades, y con el uso de un modelo que se auxilia en los componentes: Capital Estructural, Capital Humano y Capital Relacional, aunque adiciona el Capital Tecnológico en lugar del Capital Social, como en el presente estudio.

Por su parte, [Pardo et al. \(2017\)](#) relacionan el CI y sus respectivos componentes con el ratio rentabilidad financiera, para lo cual hacen uso del Capital Estructural, Capital Humano y el Capital Relacional; es decir, en su diseño tampoco utilizan el Capital Social.

En la investigación de [Borrás-Atiénzar y Campos-Charurero \(2018\)](#) se concluye que en la gestión del capital intelectual destaca especialmente el capital relacional y el capital humano, y el capital Social se detalla como el componente con mayores dificultades en su gestión, siendo ésta un valioso estudio que se despliega en organizaciones de Cuba, en el que se sobresale el Capital Social.

Los autores del presente estudio consideran que, en relación a próximos estudios, es importante proponer que, la comunidad empresarial y académica siga la investigación sobre la medición y gestión del capital intelectual y, trate de generar posibles consensos universales sobre modelos y procedimientos, con al menos ciertos patrones estándar. Igualmente, se sugiere profundizar en sus impactos en el proceso de contabilización de los intangibles, aspecto que queda más rezagado en este contexto investigativo.

Otros autores también incursionan en la línea de investigación que se aborda en el presente estudio, como por ejemplo, [Bontis et al. \(2015\)](#) determinan cómo el CI crea valor en la industria hotelera de Serbia, para lo cual examinan los componentes intangibles clave que afectan el desempeño financiero hotelero respecto al capital físico y financiero. Por su parte, [Farrukh y Joiya \(2018\)](#) desarrollaron una investigación acerca del impacto del capital intelectual en la eficiencia financiera de empresas manufactureras de Pakistán, en el cual evidencian una asociación significativa entre ambos.

## CONCLUSIONES

Los resultados permiten concluir que la aplicación de las normativas jurídicas tiene excepcional relevancia para el desarrollo del capital intelectual; el cual está constituido tanto por los activos como por habilidades basados en la información y el conocimiento; razón por la cual, los recursos de las empresas tienen un papel significativo para la cuantificación de su valor. En este estudio la medición del capital intelectual ratifico la validez del procedimiento Vega-Rivero a partir de la importancia que tiene el ámbito jurídico para adaptarse a los cambios del entorno; en ese sentido se evidencia un correcto manejo del CI en el hotel, perteneciente a una cadena de hoteles en Cuba; los activos que fueron objeto de estudio fueron los activos intangibles del capital humano, los cuales representan fuentes de valor que son generados por medio de la innovación destacando la existencia de beneficios comunes,

y el control que pueda ejercer la entidad en el poder de percibir ganancias financieras futuras.

Con base en esto, es pertinente valorar los activos intangibles, por su rol dentro de los procesos más comunes de las empresas hoteleras. Asimismo, se concluye, que aún no existe un método único para la valoración de intangibles. Sin embargo, se considera que, para obtener una valoración de los activos hay que involucrarse en áreas claves de la empresa, como la de marketing o jurídica.

En este estudio desde el punto de vista jurídico, se evidencia una flexibilización en las normativas relacionadas con la medición del capital intelectual en Cuba. En consecuencia, los hallazgos ayudarán a ratificar la necesidad de medir el capital intelectual a través de la aplicación de las normativas jurídicas establecidas en Cuba; además de incentivar a investigadores, empresarios y docentes a generalizar este resultado aplicado dentro de la industria hotelera, al representar un elemento decisivo para el logro de ventajas competitivas en la era de la información, dado que el crecimiento empresarial en el largo plazo no debe depender exclusivamente de los activos físicos y financieros.

Finalmente, este estudio ayudara a investigadores, empresarios y docentes para generalizar el resultado aplicado dentro de la industria hotelera, al representar un elemento decisivo que potencia el logro de ventajas competitivas en la era de la información, dado que el crecimiento empresarial en el largo plazo no debe depender exclusivamente de los activos físicos y financieros.

#### DECLARACIÓN DE CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses en relación a la investigación, la autoría o la publicación de este artículo.

#### LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

La generalización del estudio se limita al hotel objeto de estudio.

## REFERENCIAS

- Archibold, W. y Escobar, A. (2015). Capital intelectual y gestión del conocimiento en las contralorías territoriales del departamento del Atlántico. *Dimensión Empresarial*, 13(1), 133–146. <http://ojs.uac.edu.co/index.php/dimension-empresarial/article/view/342>
- Armenteros, M. y Vega, V. (2000). Evolución histórica de la Contabilidad de Gestión en Cuba. En T. J. Balada y V. M. Ripoll (Coords.), *Situaciones y tendencias de la Contabilidad de Gestión en el ámbito Iberoamericano* (pp. 25–30). AECSA.
- Bontis, N., Janošević, S. & Dženopoljac, V. (2015). Intellectual capital in Serbia's hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1365–1384. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2013-0541>
- Borrás-Atiénzar, F. y Campos-Chaurero, L. (2018). El capital intelectual en las empresas cubanas. *Ingeniería Industrial*, 39(1), 56–66. <https://rii.cujae.edu.cu/index.php/revisita-ind/article/view/720>
- Bueno, E. (2013). El capital intelectual como sistema generador de emprendimiento e innovación. *Economía industrial*, 388, 15–22. <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/388/Eduardo%20Bueno.pdf>
- Costa, V., Silva, L. & Loureiro, P. (2020). Intellectual capital and its impact on business performance: An empirical study of Portuguese hospitality and tourism sectors. *Intangible Capital*, 16(2), 78–89. <https://doi.org/10.3926/ic.1550>
- Cuervo, T., Blanco, A. y Del Castillo, C. (2021). Intangible assets and business results of large companies. *Intangible Capital*, 17(2), 108–123. <https://doi.org/10.3926/ic.1390>

- Demuner, M, Saavedra, M y Camarena, M. (2017). Medición del capital intelectual en el sector bancario: aplicación de los modelos Skandia y VAIC. *Innovar*, 27(66), 75–89. <https://doi.org/10.15446/innovar.v27n66.66712>
- Erazo-Álvarez, J. y Narváez-Zurita, C. (2020). Medición y gestión del capital intelectual en la industria del cuero - calzado en Ecuador. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 5(9), 437–467. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i9.662>
- França, A y Rua, O. (2018). Relationship between intangible resources, absorptive capacities and export performance. *Tourism & Management Studies*, 14(1), 94–107. <https://doi.org/10.18089/tms.2018.14108>
- Farrukh, W & Joiya, J. (2018). Impact of Intellectual Capital on Firm Performance. *International Journal of Management and Economics Invention*, 4(10), 1943–1952. <http://www.rajournals.in/index.php/ijmei/article/view/417>
- Gómez-Bayona, L., Londoño-Montoya, E. y 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>
- IBM. (2017). Statistical Package for the Social Sciences (version 26). [Software]. IBM. <https://www.ibm.com/support/pages/downloading-ibm-spss-statistics-26>
- Melian, G. (2018). Liquidación de activos intangibles en las empresas mixtas cubanas. *Revista la propiedad inmaterial*, (26), 5–27. <https://doi.org/10.18601/16571959.n26.01>
- Mercado-Salgado, P. (2016). Validity of a Scale Measuring Intellectual Capital in Universities. *Universitas Psychologica*, 15(2), 109–120. <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.upsy15-2.viem>

- Miotto, G., Del-Castillo-Feito, C., y Blanco-González, A. (2020). Reputation and legitimacy: Key factors for Higher Education Institutions' sustained competitive advantage. *Journal of Business Research*, 112, 342–353. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.076>
- Montané-Marsal, N y Cuesta-Santos, A. (2020). Activos intangibles y su influencia en la eficiencia económica de un banco cubano. *Ingeniería Industrial*, 41(3), 1–12. <https://rii.cujae.edu.cu/index.php/revistaind/article/view/1064>
- Ordoñez, E., Barrera, H. y Abril, J. (2019). La Sociedad del conocimiento enfocado al capital intelectual empresarial. *593 Digital Publisher CEIT*, 4(6), 74–94. <https://doi.org/10.33386/593dp.2019.6.129>
- Orobio, A., Rodríguez, E. M. y Acosta, J. C. (2019). Análisis del impacto de implementación de las normas internacionales de información financiera (NIIF) en el sector industrial de Bogotá para PYMEs. *Cuadernos De Contabilidad*, 19(48), 1–18. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc19-48.aain>
- Ortega, Z., Mijares, B. y Luengo, E. (2022). Del reconocimiento y la autoestima en los relatos de mujeres. *Orbis Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas*, 51(17), 18–33. <http://www.revistaorbis.org/contenido/contenido56-1.html>
- Pardo, M., Herrera, R y Rueda, L. (2017). Valoración del capital intelectual y su impacto en la rentabilidad financiera en empresas del sector industrial del Ecuador. *Revista Publicando*, 4(13-1), 193–206. <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/785>
- Pardo-Cueva, M., Armas, R. e Higuerey, A. (2018). La influencia del capital intelectual sobre la rentabilidad de las empresas manufactureras ecuatorianas. *Revista Espacios*, 39(51), 1–11. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n51/18395114.html>

- Pastor, D., Glova, J., Lipták, F. & Kováč, V. (2017). Intangibles and methods for their valuation in financial terms: Literature review. *Intangible Capital*, 13(2), 387–410. <http://doi.org/10.3926/ic.752>
- Rivero, D., Vega, V. y Balagué, J. (2003). Importancia del Capital Intelectual en el turismo. *Retos Turísticos*, 2(2), 1–8. [https://www.researchgate.net/publication/330899792\\_Importancia\\_del\\_Capital\\_Intelectual\\_en\\_el\\_Turismo](https://www.researchgate.net/publication/330899792_Importancia_del_Capital_Intelectual_en_el_Turismo)
- Serenko, A. & Bontis, N. (2013). Investigating the current state and impact of the intellectual capital academic discipline. *Journal of Intellectual Capital*, 14(4), 476–500. <https://doi.org/10.1108/JIC-11-2012-0099>
- Vaz, C., Seling, P. & Viegas, C. (2019). A proposal of intellectual capital maturity model (ICMM) evaluation. *Journal of Intellectual Capital*, 2(20), 208–234. <https://doi.org/10.1108/JIC-12-2016-0130>
- Vega, V. (2018). Sinergia positiva entre la consultoría organizacional y la investigación: caso real. *Res Non Verba*, 8(2), 19–37. <https://biblio.ecotec.edu.ec/revista/articulo.php?id=301>
- Vega, V. (2017). Una mirada al concepto de Capital Intelectual. *UNIANDÉS Episteme*, 4(4), 491–503. <http://45.238.216.13/ojs/index.php/EPISTEME/article/view/825>
- Vega, V. (2016). *Medición del capital intelectual*. Editorial Jurídica del Ecuador.
- Vega, V. y Rivero, D. (2018). Modelo de medición de activos intangibles. *ECOCIENCIA*, 5(3), 1–32. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.53.67>

**Vladimir Vega Falcón.** Docente-Investigador de la Universidad Regional Autónoma de los Andes (Colombia). PhD. en Ciencias Económicas. Máster y Experto Universitario en Gestión de Empresas Turísticas. Licenciado en Contabilidad. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0140-4018>

**Mercedes Navarro Cejas.** Docente-Investigador de la Universidad Técnica de Manabí (Ecuador). PhD. en Derecho, Economía y Empresa. Máster en Derecho. Abogada. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4377-7250>

**Jorge Abril Flores.** Doctor en Doctor en Contabilidad y Auditoría. Magister en Administración de Empresas, mención Planeación. Docente-Investigador de la Universidad Técnica de Ambato (Ecuador). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9491-5169>

**Raquel Virginia Colcha Ortiz.** Docente-Investigador de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo-ESPOCH (Ecuador). Master en Gestión Empresarial. Ingeniera en Contabilidad Superior Auditoria y Finanzas CPA. Licenciada en ciencias de la educación. Profesora en comercio y administración. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3252-9158>