CAPÍTULO X

AVANCES DEL CAPITAL INTELECTUAL DESDE LOS REPORTES INTEGRADOS. UN ESTUDIO DE CASO DEL GRUPO NUTRESA EN LOS AÑOS 2018 Y 2019

Deisy Nohemí Sánchez Villamil

Contadora Pública. Estudiante de Maestría en Contabilidad & Finanzas. Docente investigadora del programa de Contaduría Pública de la Fundación Universitaria Panamericana, Unipanamericana, Sede Bogotá, Colombia. Líder del Semillero de Investigación SICUP (Semillero de Investigación Contable Unipanamericana). Correo electrónico: dlsanchezv@unipanamericana.edu.co. <https://orcid.org/0000-0002-4057-0687>

Brigitte Yulima Cárdenas Higuera

Estudiante de Octavo Semestre del Programa de Contaduría Pública de la Fundación Universitaria Unipanamericana. Integrante del Semillero SICUP - Semillero de Investigación Contable Unipanamericana. Correo electrónico: bycardenas@unipanamericana.edu.co.

María Lina García Arévalo

Estudiante de Octavo Semestre del Programa de Contaduría Pública de la Fundación Universitaria Unipanamericana. Integrante del Semillero SICUP - Semillero de Investigación Contable Unipanamericana. Correo electrónico: mlgarcia@unipanamericana.edu.co.

Resumen

En el presente artículo se explica el origen, la importancia y el desarrollo de los reportes integrados para una organización, grupo o empresa que buscan la generación de valor, a partir de los seis tipos de capital (Financiero, Industrial, Intelectual, Humano, Social y Natural). Adicionalmente, se hace especial énfasis en el capital intelectual, el cual resulta fundamental para que las empresas puedan generar valor a mediano y largo plazo, permitiéndoles ser más competentes en el mercado y de esa manera aumentar su rentabilidad. Se toma como objeto de estudio al Grupo Nutresa, compañía líder en el mercado que se caracteriza por su acelerado crecimiento en el sector de alimentos procesados en Colombia. Lo anterior permite afirmar que el objetivo principal de este documento es establecer los avances que ha tenido el Grupo Nutresa en su capital intelectual en los años 2018 y 2019. Para ello, a través de una metodología cualitativa se realiza un análisis de la información no financiera que es expuesta en los reportes integrados de esta empresa en los años 2018 y 2019 de esta organización.

Palabras clave: Capital intelectual, información no financiera, innovación, generación de valor y reportes integrados.

ADVANCES IN INTELLECTUAL CAPITAL SINCE THE INTEGRATED REPORTS. A CASE STUDY OF THE NUTRESA GROUP IN THE YEARS 2018 AND 2019

Abstract

This article explains the origin, importance and development of integrated reports for an organization, group or company that seeks to generate value, from the six types of capital (Financial, Industrial, Intellectual, Human, Social and Natural). Additionally, special emphasis is placed on intellectual capital, which is fundamental for companies to generate value in the medium and long term, allowing them to be more competent in the market and thus increase their profitability. The Nutresa Group, a leading company in the market that is characterized by its accelerated growth in the processed food sector in Colombia, is taken as the object of study. The above allows us to establish that the main objective of this document is to determine the advances that the Nutresa Group has had in its intellectual capital in the years 2018 and 2019. For this purpose, through a qualitative methodology, an analysis of the non-financial information that is exposed in the integrated reports of this company in the years 2018 and 2019 of this organization is carried out.

Keywords: Intellectual Capital, Non-Financial Information, Innovation, Value Generation and Integrated Reporting

Identificación de la investigación

Este capítulo de libro es resultado del proyecto de investigación titulado: “Reportes corporativos en las pymes colombianas: una propuesta metodológica”, el cual fue aprobado en convocatoria interna el 06 de febrero de 2020 y se encuentra financiado por el programa de Contaduría Pública de la Fundación Universitaria Panamericana – Unipanamericana, Sede Bogotá, Colombia.

Introducción

En Colombia existen empresas que generan un alto impacto positivo a nivel económico y social, dado que generan empleo permanentemente a la vez que son fuentes directas de nuevas ideas en el transcurso del tiempo. Un caso particular de este tipo de empresas es Nutresa, la cual será el objeto de estudio de este documento.

Nutresa nace en 1920, momento en el cual el desarrollo industrial colombiano estaba en auge. Esta organización se ha caracterizado por su rápido crecimiento, convirtiéndose así en una de las empresas líderes en el sector de alimentos colombiano, puesto que cuenta con más de 46.000 colaboradores y ocho unidades de negocio potencialmente reconocidos en la industria alimenticia. Adicionalmente, ha logrado un alto reconocimiento en América Latina.

Una de las características particulares para resaltar a esta empresa es la generación de información no financiera que ha venido elaborando el Grupo Nutresa; ha presentado informes de sostenibilidad desde el 2011 hasta el 2014, y a partir del 2015 empezó a presentar reportes integrados. Es por ello, que, dada su importancia y su trayectoria en el país, se hace necesario analizar y evaluar su avance en este tipo de información.

De acuerdo con lo que promulga el Internacional Integrated Reporting Council, la elaboración y divulgación de los reportes integrados debe reconocer la creación de valor para la empresa y para sus interesados, todo ello a través del pensamiento integrado en la organización que debe dar razón de la creación de seis tipos de capital: social, industrial, financiero, natural, humano e intelectual. Este documento aborda especialmente el capital intelectual de Nutresa.

El capital intelectual de una empresa es de vital importancia porque aporta un valor significativo para lograr los objetivos planteados por una compañía, mejorando el desarrollo de la gestión de conocimiento, entendiendo esta como las capacidades para la solución de problemas, la innovación y el mejoramiento de procesos, las cuales hacen que la empresa sea más eficiente y eficaz en sus actividades logrando ser una empresa más productiva y por ende más competitiva en el mercado (Bermúdez y Méndez, 2013).

En este sentido, Grupo Nutresa se ha caracterizado por el fortalecimiento de su cultura de investigación en su trayectoria, logrando así, varios premios en la generación de proyectos de investigación. Por lo anterior, el objetivo de este documento es establecer los avances que ha tenido Grupo Nutresa en su capital intelectual en los años 2017 y 2018. De esta forma, la pregunta de investigación que enmarca este trabajo de investigación es ¿cuáles son los avances que ha tenido Grupo Nutresa en su capital intelectual de acuerdo con la información presentada en sus reportes integrados en los años 2017 y 2018?

Fundamentación teórica

Origen y desarrollo de los Reportes Integrados

El origen de los reportes integrados se asentó en la necesidad que tenían las empresas al querer mostrar en sus informes no solamente la información financiera sino también aquella información no financiera, haciendo de los reportes integrados un informe más completo y detallado. Para establecer y reconocer la importancia del origen del reporte integrado, la tabla 1, muestra cómo han evolucionado los reportes corporativos.

Los reportes integrados se basan específicamente en integrar de manera detallada las diferentes estrategias desarrolladas en una organización con el fin de obtener resultados a corto, mediano y largo plazo, donde se vinculan las diferentes áreas de la organización.

Según lo definido en el marco Internacional del International Integrated Reporting Council (IIRC) “Un informe integrado explica cómo una organización crea valor a lo largo del tiempo. El valor no es creado por o dentro de una organización por sí solo” (IIRC, 2015). Es decir, se vinculan las diferentes prácticas empresariales generando rentabilidad a futuro para los clientes, proveedores y accionistas.

Tabla 1.

Evolución de los Reportes Corporativos.

AÑO	TIPO DE INFORME
Antes de 1970	Informe financiero.
Década de los años 80	Informes financieros. Informes sociales y ambientales, presentados separadamente.
Década de los años 90	Informe financiero. Informe de sustentabilidad, especializados con información social y ambiental Iniciativa de fusionar informes financieros y de sustentabilidad en un solo reporte anual
Actualidad	Informe integrado (Financiera, ecológica, social, humano e intelectual.)

Fuente: adaptado de Rivera (2016).

Según el marco internacional Integrated Reporting (IR), los reportes integrados son una manera de comunicar la información de los resultados obtenidos en un periodo de tiempo, de revelar las variables que pueden afectar a la organización disminuyendo la oportunidad de crear valor, resaltando que estos reportes no están enfocados en rendir cuentas a un grupo cerrado o exclusivo, sino que debe ir enfocado a grupos de interés que tenga una vinculación directa y un impacto significativo en las necesidades que tiene la organización; los reportes integrados mejoran la manera de mostrar la información en los diferentes capitales (humano, intelectual, financiero, industrial, natural, social y relacional) para mejorar la rentabilidad y la confianza de los inversionistas (Navarrete et al., 2015; Rojas, 2019).

Un sello característico y quizás el más importante es la creación de valor en la organización. “El valor creado por una organización a lo largo del tiempo se manifiesta en un aumento, disminución o transformación de los capitales causados por las actividades y las salidas de la organización.” Esto según Peñuela y Palomino (2016, p.60)

De acuerdo con lo anterior, las actividades que se desarrollen en cada uno de los capitales inciden en el valor agregado que se le está dando al producto o servicio, también dentro la presentación de los reportes integrados se recopila toda la información del desarrollo sostenible y de responsabilidad en la administración de una compañía, lo cual permite ver y analizar el modelo de negocio y de esta manera innovar en el mismo.

Desarrollo, surgimiento e importancia del Capital Intelectual

El capital intelectual se basa en el conocimiento de la empresa, de este capital hacen parte las habilidades, aptitudes, valores, capacidades, y las experiencias adquiridas en el transcurso de la preparación laboral o académicas, también las tecnologías ayudan a la creación de conocimiento compartiendo experiencias de otras personas. Al reunir conocimiento se crea y se fortalece la riqueza cognitiva logrando de esta manera hacer que una empresa sea más competitiva en el mercado (Bayona et al., 2020; Blanc y Pietroboni, 2016).

En la generación de valor es necesario compartir conocimiento con otros, es necesario alimentar ese conocimiento que se tiene día a día, creando agilidad en la solución de

problemáticas encontradas; el conocimiento hace parte de las competencias que el ser humano se debe tener para que pueda realizar ciertas actividades con un buen desempeño.

El capital intelectual en las organizaciones es definido de diferentes maneras a través del tiempo. Stewart (1998) lo define como “el conocimiento, la información, la propiedad intelectual y la experiencia, que puede utilizarse para crear valor; es la fuerza cerebral colectiva; es difícil de identificar y distribuir eficazmente, pero si se encuentra explota, la empresa triunfa” (p.40).

En toda compañía las raíces vienen siendo el capital intelectual, ese que genera valor agregado a través del tiempo y que basados en el conocimiento hacen que la organización desarrolle ventajas competitivas. Edvinsson y Malone, (1998) establecen que la compañía debe enfocarse en lo que no ve, en lo intangible, en lo que no es palpable, y con el transcurso del tiempo se dará el fruto esperado.

Para la medición de capital intelectual se debe considerar los conceptos de capital humano, capital racional, capital estructural que están relacionados considerablemente ya que aportan capacidades y recursos para el desarrollo de la actividad económica, recursos como las políticas, reglas, sistema de información, experiencias y habilidades. En este sentido Sarur (2013), afirma que:

Es el conjunto de activos intangibles, relevantes para una organización, basados en el conocimiento como agente productor de capitales económicos, aun cuando no se refleja en los estados financieros, que genera un valor en el presente o puede forjarlo en un futuro, refleja los activos que representan valoración de una organización en el mercado, pero no afectan su valor contable, como los conocimientos de las personas clave, la satisfacción de los empleados, de los clientes, de los proveedores. (p.40).

Por tanto, las empresas generan estrategias para realizar una mejor distribución de la inversión, teniendo muy presente el capital intelectual, ya que, aunque hace parte de la información no financiera, su desarrollo aporta ventajas competitivas. De la misma forma, autores como Román, (2010) afirman que:

La importancia de generar Capital Intelectual radica en que hoy por hoy el conocimiento se ha convertido en el insumo primario de lo que se fabrica, se construye, se compra y se vende. En consecuencia, su administración, hallarlo y acrecentarlo, almacenarlo, venderlo, compartirlos se ha convertido en la tarea económica más importante de individuos, empresas y naciones. (p.72)

Por lo anterior, se concibe al capital intelectual de una organización como la unión de diferentes estrategias empresariales que incorporan el conocimiento, los recursos intangibles y las capacidades humanas que trabajan de manera colectiva en un periodo de tiempo determinado.

Metodología

La metodología que se desarrolla en este documento es de carácter cualitativo, ya que “este tipo de metodología hace énfasis en la interpretación e investigación de la

información” (Fassio, 2018), puesto que lo que pretende es establecer los avances que ha tenido el Grupo Nutresa en su capital intelectual en los años 2018 y 2019. En este sentido, la estrategia de investigación es el estudio de caso, tomando así al Grupo Nutresa como objeto principal de estudio en esta investigación.

Descripción de la empresa objeto de estudio

El Grupo Nutresa nació en 1920 en medio del desarrollo industrial de Colombia. Inicialmente su razón social era Compañía Nacional de Chocolates Cruz Roja, más adelante cambió a Grupo Nacional de Chocolate S.A y posteriormente a Grupo Nutresa, la ubicación de las oficinas principales se encuentra en la ciudad de Medellín.

Grupo Nutresa se ha caracterizado por su amplio crecimiento, convirtiéndose en una empresa líder en alimentos procesados en Colombia, puesto que cuenta con una participación del (55,4%) en el mercado colombiano. Grupo Nutresa se ha desarrollado considerablemente en América Latina, y ha alcanzado un nivel de cobertura bastante significativo en el mercado logrando una amplia cobertura geográfica, con presencia directa en 12 países, los cuales son: Colombia, Chile, Costa Rica, Guatemala, México, Panamá, Estados Unidos, Venezuela, Ecuador, El Salvador, Nicaragua, Perú, República Dominicana y ventas internacionales en 74 países. Una de las razones más significativas para la gran cobertura que tiene Grupo Nutresa en el mercado se debe a sus ocho unidades de negocio: Carnes Frías, Galletas, Chocolates, Tresmontes Lucchetti (TMLUC), Alimentos al Consumidor, Helados y Pastas. (Presentación corporativa Nutresa)

Resultados

El grupo Nutresa desarrolla el capital intelectual basándose en tres elementos, los cuales son las patentes, el conocimiento y las personas, tal y como se observa en la tabla 2. Actualmente grupo Nutresa cuenta 18 marcas, dentro estas se en cuenta en cárnicos Zenú, Rica, Pietrán, en galletas Saltín de Noel, Ducales, Festival, en chocolates Corona, Jet, Jumbo, en cafés Sello rojo, Colcafé, en helados Crem helado Polet, Aloha, Bocatto, y en pastas Doria, Comarico, Monticello.

El grupo Nutresa para el 2018 utilizó una estrategia digital la cual le permitió evolucionar en tres dimensiones, las cuales fueron procesos, canales y socios. Por tanto, se fortaleció los principales aceleradores dentro de los cuales están: La evolución de talento a través de competencias digitales y la agilidad como principal elemento para la generación de valor. Para el grupo Nutresa el capital intelectual ha mantenido la compatibilidad, por esta razón se gestionó la innovación y gestión del modelo Imagix.

Para la propiedad intelectual la organización destinó recursos económicos para fortalecer, el capital humano e impulsar la innovación, generó una inversión de COP 55.473 millones. (Nutresa, Reporte Integrado Grupo Nutresa, 2018)

Tabla 2

Descripción del Capital Intelectual de Grupo Nutresa.

CAPITAL INTELECTUAL		
Patentes	Marcas	18 marcas con ventas superiores a USD 50 millones.
Conocimiento	Protocolos y estándares	Inversión en la formación y desarrollo de talentos.
		Mejoramiento de prácticas en proceso.
		Evaluación de desempeño.
Personas competentes	Gestionar responsablemente la cadena de valor	Gestionar actividades comprometidas con el desarrollo de sostenibilidad. Lograr evolucionar en los programas de innovación.

Fuente: adaptado de Reportes Integrados 2017 y 2018.

Mecanismos, estrategias y programas que desarrolla Grupo Nutresa con relación al Capital Intelectual

El grupo Nutresa ha desarrollado múltiples programas y estrategias, cada año se ve el avance y los resultados de lo planificado, en sus programas está el desarrollo de nuestra gente que cuenta con estrategias de desarrollo integral de sus colaboradores logrando de esta manera mejorar su productividad, mejorar su calidad de vida y la de sus familias. Otro de los programas que desarrolla el Grupo Nutresa es gestión responsable de cadena de valor y descripción del crecimiento rentable en los mercados y marcas confiables estos últimos mencionados cuentan con estrategias que se basan en fortalecimiento de las competencias de innovación y fortalecimiento de talento. A continuación, se explica el análisis de cada una de las estrategias y programas manejados en el grupo Nutresa.

Desarrollo de nuestra gente

Tiene como objetivo crear ambientes que incluyan la participación de sus colaboradores para llevar a cabo el desarrollo de competencias que refuerzan el tema de ser y hacer, además promueve una calidad de vida en equilibrio, proporcionando un ambiente seguro. De esta manera obtiene compromiso y aumento de la productividad, cambios en el clima organizacional en el nivel de excelencia que al medirlo el resultado obtenido en el año 2018 fue de 83.0%.

En la tabla 3, se puede evidenciar que para el 2017 se implementó la formación a través de la escuela de Nutresa la cual pertenece al programa desarrollo de nuestra gente, los resultados que obtuvo se denotan en una participación de 2.466 colaboradores capacitándose en innovación, sostenibilidad, liderazgo, ética empresarial, el programa desarrollo de nuestra gente adicionó una nueva estrategia llamada habilidades digitales la cual incrementó la participación para el año siguiente (2018) 25.635 colaboradores se incorporaron a la escuela logrando así que el capital intelectual de la compañía en cuanto a nivel de personal y talento humano creciera. De acuerdo con lo anterior se observa una variación en la participación de 23.168 colaboradores, por tanto, se fortaleció el personal con respecto a la formación encaminando sus habilidades para la mejora de los procesos.

Tabla 3

Programa de Grupo Nutresa: “Desarrollo de Nuestra Gente”

Desarrollo de Nuestra gente		
	2017	2018
Consolidar prácticas para la planificación, formación y desarrollo del talento.	2.466 colaboradores participaron en programas de formación y desarrollo 439 promociones internas 211 pasantías	25.632 colaboradores participaron en programas de formación y desarrollo 624 promociones internas 177 pasantías
Fortalecer el voluntariado como escenario de desarrollo del capital humano.	13.002 colaboradores desarrollaron 21.912 acciones solidarias que aportan al desarrollo sostenible.	12.879 voluntarios se movilizaron a través de 18.932, acciones solidarias que aportan al desarrollo sostenible.

Fuente: adaptado de los reportes integrados 2017 y 2018 del Grupo Nutresa.

En cuanto al talento humano que hace parte del programa desarrollo de nuestra gente muestra que Grupo Nutresa disminuye el número de pasantías, pero aumenta las promociones de un año con respecto a otro, es decir que para el 2018 las promociones internas aumentan considerablemente y fortalece el capital intelectual de la compañía, y como resultado de la misma se puede evaluar que la escuela de formación sí cumplió su propósito con los colaboradores.

Este programa incorpora el capital humano en el cual se evidencia que para el año 2017 se tenía participación de 13.002 colaboradores que destinaban su apoyo en el desarrollo y la implementación de acciones solidarias, para este periodo y cierre de año se culminaron satisfactoriamente 21.912 acciones, para el año 2018 se evidencia que las acciones de solidaridad disminuyen notablemente en 2.980, dado que para este año en mención la participación voluntaria disminuyó a 12.879 trabajadores teniendo una variación de 123 participantes menos, por lo tanto, se nota el declive en esta estrategia del Grupo Nutresa.

Grupo Nutresa cuenta con estrategias sólidas para su crecimiento, enfocado en la constante capacitación de personal obteniendo resultados a futuro que le ayudan como compañía a consolidarse en el mercado y a su vez a ser una de las empresas líderes en Latinoamérica.

Gestionar responsablemente la cadena de valor

Es importante tener en cuenta que el grupo Nutresa tiene un amplio enfoque en la implementación, identificación y apoyo a talentos, como organización conoce que para un adecuado crecimiento en el capital intelectual se necesita invertir, así como aprovechar los recursos que tiene al alcance.

En el ítem de fortalecer canales y acción de reclutamiento de talentos se incrementó en 1.398 convocatorias, tal y como se evidencia en la tabla 4, brindando más oportunidades para colaboradores y personal externo en el último año (2018), además tuvo una participación considerable en ferias universitarias, dando la oportunidad a muchos estudiantes de que se vincularan al campo laboral como oportunidad de crecimiento.

Tabla 4

Gestión responsable de la cadena de valor.

GESTIONAR RESPONSABLEMENTE LA CADENA DE VALOR		
Desarrollo de Nuestra gente		
	2017	2018
Consolidar prácticas para la planificación, formación y desarrollo del talento.	Se actualizó el mapa de cargos y talentos claves en Grupo Nutresa.	Implementación del proceso de planificación del talento clave para todas las compañías de Grupo Nutresa.
	Se fortaleció la marca empleadora, facilitando la identificación e incorporación del talento clave.	Fortalecimiento del proceso de identificación y atracción del Talento a través de la incorporación de nuevas redes y canales.
Fortalecer canales y acciones de reclutamiento y atracción del talento.	Se publicaron 779 convocatorias, que permitieron igualdad de oportunidades a colaboradores internos y externos.	2.177 convocatorias abiertas internas y externas. Presencia en tres ferias universitarias con la participación de más de 42.000 estudiantes.
Gestionar el clima laboral, el compromiso y los riesgos psicosociales.	24 compañías de Grupo Nutresa realizaron la medición de clima organizacional, compromiso y riesgo psicosocial. El resultado consolidado de clima laboral fue de 83,3% frente a la meta de 2017 de 83,2%	Incorporación de un nuevo modelo de medición y gestión del compromiso, clima y satisfacción en el trabajo.
Gestionar el desempeño y la productividad de los colaboradores.	Consolidación de gestión de los resultados de los colaboradores y se definieron nuevos indicadores de medición de productividad del talento.	Consolidación del proceso de gestión del desempeño para medir la contribución de las personas al cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Fuente: Elaboración propia (2019), con datos tomados de los reportes integrados 2017 y 2018 del Grupo Nutresa.

Observando el ítem de gestión de clima laboral en el año 2017 se avanzó en medir el clima laboral en toda la organización, el compromiso y el riesgo social, vinculando a las 24 compañías de grupo Nutresa con el fin de mitigar el riesgo psicosocial, ya para el año 2018 se optó por un nuevo modelo de gestión de compromiso y satisfacción en el ambiente laboral, se desarrolló una nueva forma para la identificación de variables que permiten aumentar el desempeño organizacional.

Descripción crecimiento rentable en los mercados y marcas confiables

Se enfoca en la generación de diferentes estrategias con el objetivo de posicionar las marcas abarcando nichos de mercados, teniendo en cuenta las necesidades de los consumidores, generando una propuesta de valor y de la misma manera aumentando la rentabilidad.

Realizando el análisis del crecimiento en los mercados y marcas confiables se presenta la tabla 5, donde se puede observar que, para el año 2018 además de profundizar el conocimiento del cliente, comprador y consumidor, se desarrolló la innovación en la alineación de las marcas.

Por otro lado, en cuanto a la gestión de productos y marcas se avanzó a partir de la implementación de portafolios basados en conceptos relevantes de sostenibilidad, avances tecnológicos y en la transformación de procesos desde el año 2018. Se ampliaron las capacidades de los canales de gestión para fortalecer las redes comerciales. Por último, en el ítem de fortalecer el modelo de internacionalización para estos dos años, se aplicó un modelo de gestión en regiones estratégicas que incorpora mejoras en precio, comunicación y portafolios para su transversalización y gestiones innovadoras.

La compañía enfrenta no solo estrategias internas si no que evalúa y analiza los factores externos con el fin de implementar las estrategias adecuadas que pueden impulsarlos a ser innovadores y competitivos, para grupo Nutresa es claro que el cliente y el proveedor son como columnas que sostienen su emporio organizacional.

Modelo Imagix

Para grupo Nutresa el capital intelectual es la principal fuente de innovación, por tal razón que se crea el modelo Imagix es una solución innovadora que permite proteger y preservar el conocimiento generado, identificar tendencias tecnológicas fundamentales en los ejercicios de planeación y prospectiva; y disminuir riesgos de infracción de títulos de terceros. Su vigilancia posibilita establecer las fronteras de conocimiento de los competidores (Nutresa, 2018).

El modelo Imagix se desarrolló en el año 2017 proyectando la ejecución de este a partir del 2018 al 2020, con el fin de entender las necesidades del cliente, comprador y consumidor enfocados en modelos de negocio y productos obteniendo un despliegue positivo a nivel de Centroamérica, incluidos Colombia, Ecuador, Estados Unidos y Perú, se obtuvo oportunidades a la aplicación de nuevas tecnologías, y el reconocimiento de nuevos mercados y oportunidades de negocio.

El modelo Imagix cuenta con programas de culturas de innovación, estas se dividen en: Formación de innovación, indicadores de innovación, liderazgo de innovación, adicionalmente a estas se implementó el programa de éxitos innovadores, soluciones innovadoras y prácticas ejemplares.

A continuación, se presenta la figura 1, en la cual se presentan los resultados obtenidos para el año 2018 teniendo en cuenta los tres programas explicados anteriormente. En el grupo Nutresa se premiaron tres prácticas durante el 2018 en la cual se destaca la propiedad intelectual como un apalancador de la innovación del Negocio Cafés y Servicios Nutresa.

Tabla 5

Crecimiento rentable en los mercados y marcas confiables.

CRECIMIENTO RENTABLE EN LOS MERCADOS Y MARCAS CONFIABLES		
	2017	2018
Fortalecer las propuestas de valor diferenciadas de marcas y redes.	Profundización en el conocimiento del cliente, comprador y consumidor. Especializa propuestas de valor de las redes a partir del conocimiento y segmentación de los clientes para asegurar su satisfacción y lealtad.	Profundización en la alineación de las marcas con la segmentación del posicionamiento a partir del desarrollo de innovación. Fortalecimiento de la propuesta de valor de las marcas en diferentes segmentos.
Gestionar el portafolio de marcas y productos acorde con las necesidades del mercado	Se hizo énfasis en productos y experiencias del consumidor, teniendo en cuenta el Modelo de Segmentación de Consumidor. Se focalizaron las estrategias y recursos en las marcas de mayor oportunidad.	Desarrollo de portafolios bajo conceptos relevantes en sostenibilidad y nutrición. Innovación alrededor del bienestar, la nutrición y la salud en diferentes marcas
Fortalecer las redes comerciales y generar lealtad de clientes.	Se incorporaron elementos diferenciadores en propuestas de valor para los diferentes segmentos.	Incorporación de avances tecnológicos y transformación de procesos.
Fortalecer el modelo de internacionalización.	Se extendió el Modelo de Gestión de Marcas y Redes a la región estratégica, incorporando las mejores prácticas en precio, comunicación y portafolios, entre plataformas y hacia nuevos mercados.	Aplicación del modelo de gestión de marcas en las diferentes geografías para su transversalización y gestión de innovaciones.

Fuente: adaptado de datos tomados de los reportes integrados 2017 y 2018 del Grupo Nutresa.

Figura 1

Resultados del año 2018 del Modelo Imagix.

Fuente: Elaboración propia (2019), con datos tomados de reportes integrados 2017 y 2018

En este sentido y de acuerdo con la aplicación de las diferencias estrategias del capital intelectual del Grupo Nutresa para el año 2017 y 2018 se logró evidenciar un avance y a su vez un retroceso en los programas que se exponen a continuación:

La estrategia desarrollo integral de los colaboradores para aumentar la productividad ha evolucionado de manera positiva, incrementando en 2.5% para el 2018, además se brindó

la oportunidad de capacitarse a 456.065 clientes beneficiados en programas de desarrollo de capacidades. Otro avance está en la estrategia de generación de creciente valor de 0.01% específicamente en el programa éxitos “innovadores por empleado”. Adicionalmente se relaciona un importante avance en programas de los elementos de capital intelectual como se menciona a continuación en la tabla 6.

Tabla 6

Avances y retrocesos de los elementos del Capital Intelectual de Grupo Nutresa.

ELEMENTOS	RESULTADO
Desarrollo de Nuestra gente	<ul style="list-style-type: none"> • 25.632 colaboradores participaron en programas de formación y desarrollo. • Para el 2018 hubo un aumento significativo en la participación de colaboradores con respecto al 2017.
Participación y gestión colaborativa	<ul style="list-style-type: none"> • Disminuyó en 123 trabajadores la participación en acciones solidarias, por lo tanto, se nota el declive en esta estrategia del Grupo Nutresa.
Alimentos confiables y vida saludable	<ul style="list-style-type: none"> • Se renovaron 30 restaurantes del Negocio Alimentos al Consumidor para mejorar la experiencia del cliente. • Se tuvo en cuenta la experiencia del consumidor con los productos. • Desarrollo de portafolios bajo conceptos relevantes en sostenibilidad y nutrición.
Innovación (Modelo Imagen)	<ul style="list-style-type: none"> • Dos retos lanzados en 2018 para un total de 58 • 357 participantes en soluciones innovadoras • 33 colaboradores premiados • 74 soluciones presentadas • Creciente generación de valor de 0.01% específicamente en el programa éxitos “innovadores por empleado”
Productividad y competitividad	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento 2.5% la productividad para el 2018 • Se brindó la oportunidad de capacitarse a 456.065 clientes beneficiados en programas de desarrollo de capacidades.
Buen gobierno corporativo	<ul style="list-style-type: none"> • El resultado consolidado de clima laboral fue de 83,3% frente a la meta de 2017 de 83,2%, se obtuvieron niveles bajos en los resultados de riesgo psicosocial.
Autonomía Estratégica	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia en 3 ferias universitarias con la participación de más de 42.000 estudiantes.

Fuente: adaptado de datos de reportes integrados de Grupo Nutresa 2017 y 2018.

De acuerdo a los resultados Nutresa ha sido una compañía que ha tomado de manera continua modelos de innovación que han dado el fruto esperado, tiene una creciente generación de valor constante en el transcurso de su trayectoria, a pesar de que una de sus estrategias presente retrocesos siempre hay otra que la impulsa a la compañía a mantenerse estable, Nutresa es modelo de negocio consolidado y con un fuerte apoyo en el capital Intelectual.

Conclusiones

Grupo Nutresa avanza en su capital intelectual creando valor cronológicamente mediante la adopción de nuevas estrategias, tales como capacitar constantemente a sus colaboradores a través de programas de formación, y así lograr que se impulsen dentro de la compañía con las promociones internas que la organización ofrece, como resultado de las estrategias Nutresa evalúa el crecimiento del capital intelectual y analiza cómo ha sido la consecución del logro cada vez que permite que un colaborador se capacite y como resultado de la culminación de sus tareas y el resultado de cada uno la compañía termina premiando a sus colaboradores mediante su programa prácticas ejemplares.

Grupo Nutresa participó en ferias universitarias en el año 2018, como estrategia de innovación y de captación de talento, mostrando un avance significativo. Esto brinda oportunidades de mejora, une a sus estrategias gente capacitada y con ideas innovadoras que pueden impulsar el ascenso de la empresa. La Compañía implementó una estrategia para el año 2017, la cual fue ejecutada en el año 2018, y ha proporcionado un avance en el capital intelectual, llamado el modelo Imagix (éxitos innovadores, prácticas ejemplares, soluciones innovadoras) obteniendo como resultado el éxito de la innovación por empleado, como se ha mencionado antes el captar la capacidad y el intelecto de toda la organización logra que el modelo de negocio se consolide como una sola unidad, y su resultado final es la creación de valor a través del tiempo. Es por ello que Grupo Nutresa ha sido premiada en la innovación gracias al desarrollo de su capital intelectual.

Referencias bibliográficas

- Bayona, G., Londoño, & Gonzalez, M. (2020). *Modelos de capital intelectual a nivel empresarial y su aporte en la creación de valor*. Revista CEA.
- Bermúdez, & Méndez. (2013). *Desempeño innovador de las firmas manufactureras en Colombia: un análisis microeconómico*.
- Blanc, R. L., & Pietroboni, R. &. (2016). *Relación entre el capital intelectual humano I+D e innovación. Análisis del sector industrial de la provincia de entre ríos*.
- Edvinsson, L., & Malone, M. S. (1998). *Capital intelectual*. Norma.
- Fassio, A. (2018). Reflexiones acerca de la metodología cualitativa para el estudio de las organizaciones. Ciencias administrativas,6.
- IIRC. (2015). *El marco internacional <IR>*.
- Navarrete, J., Cornejo, C., & Moraga, H. (2015). *Reporte integrado: nuevo paradigma a la información corporativa*. Horizontes empresariales.
- Nutresa, G. (2018). *Reporte Integrado Grupo Nutresa*.
- Nutresa, G. (20 de 04 de 2020). *Presentación corporativa Nutresa*. Obtenido de <https://www.gruponutresa.com/inversionistas/perfil-de-la-compania/presentacion-corporativa-fact-sheet/>

- Peñuela, A., & Palomino, H. (2016). Reportes integrados<IR> y los retos de su implementación en Colombia. 72.
- Rivera, Y. (2016). *El Concepto de Infome Integrado como innovación en reporting corporativo*. Journal of Innovation & Knowledge.
- Rojas, J. (2019). *El capital intelectual y el conocimiento: generando ventajas competitivas en las empresas*. Revista Sinergia.
- Román, N. (2010). *Capital intelectual: Generador de éxito en las empresas*. Visión Gerencial.
- Sarur, M. S. (2013). La importancia de capital intelectual en las organizaciones. *Ciencia administrativa*, 45.
- Stewart, T. A. (1998). *La nueva riqueza de las organizaciones: el capital intelectual*. Ediciones Garnica S.A.