INTELLECTUAL CAPITAL: STRATEGIC MODEL FOR QUALITY OF SERVICE IN INTELLIGENT ORGANIZATIONS

CAPITAL INTELECTUAL: MODELO ESTRATÉGICO PARA LA CALIDAD DE SERVICIO EN ORGANIZACIONES INTELIGENTES


Yan Carlos Ureña[1]


Elkin Quiñones[2]


Norcelly Carruyo[3]

RESUMEN
El presente tiene como propósito analizar el capital intelectual como modelo estratégico para la calidad de servicio en organizaciones inteligentes del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela, Se sustenta en los postulados de Boscán y Sandrea (2015), Zapata (2009), Bernárdez (2008), Edvinsson y Malone (2003), entre otros. Metodológicamente se basa en un paradigma científico-positivista, de tipo analítico, descriptivo con un diseño no experimental, transversal, de campo, con un diseño no experimental, transversal, de campo. La población estuvo conformada por (36) personas con los siguientes criterios y características: (6) gerentes, (15) empleados y (15) clientes de una organización inteligentes del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela. Entre los resultados se concluye que algunas veces desarrollan al capital humano, estructural y clientelar aumentando así los activos intangible que cada colaborador posee (valores, actitudes, habilidades y conocimientos), asimismo, algunas veces demuestran sus mejores actitudes y disposiciones para responder a las inquietudes además de atender las solicitudes de los usuarios utilizando tangibilidad, confianza, responsabilidad, seguridad y empatía.
Palabras Clave: Capital, Pensamiento, Gerentes, Calidad, Servicio.

ABSTRACT
This aims to analyze the intellectual capital as a strategic model for quality of service in smart organizations Municipality Maracaibo, Zulia State, Venezuela, is based on the principles of Boscan and Sandrea (2015), Zapata (2009), Bernardez (2008), Edvinsson and Malone (2003), among others. Methodologically it is based on a scientific-positivist paradigm, analytic, descriptive with a non-experimental, cross-sectional design field, with a non-experimental, cross-sectional design field. The population consisted of (36) people and features the following criteria: (6) managers, (15) employees and (15) customers in a smart organization of the Municipality Maracaibo, Zulia State, Venezuela. Among the results it is concluded that sometimes develop the human, structural and patronage equity thus increasing the intangible assets that each employee has (values, attitudes, skills and knowledge) also sometimes show their best attitudes and dispositions to respond to the concerns in addition to responding to requests for users using tangibility, trust, responsibility, security and empathy.
Keywords: Capital, Thinking, Management, Quality, Service.

Recibido: 07 / 07 / 2016
Aceptado: 22 / 09 / 2016

DOI:http://doi.org/10.5281/zenodo.5510767

[1]Consultor Gerencial de Proyectos FreeLancer, Miembro (AsoVAC) e Investigador (nivel B PEII), E-Mail: yan_urena@hotmail.com - Correspondencia
[2] Docente e Investigador GrupLAC STI - SCienTI – Colombia; Corporación Universitaria del Caribe (CECAR), E-Mail: elkin.quiones@cecar.edu.co
[3] [3]Docente Investigador, Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, Miembro (AsoVAC) e Investigador (nivel B PEII), E-Mail: ncarruyo@urbe.edu.ve

Communication + Management + Education + Leadership + Informing Science + Peace Culture + Politics + Sociology + Economy + REVISTA indizada, incorporada o reconocida por instituciones como:
LATINDEX / REDALyC / REVENCYT / CLASE / DIALNET / SERBILUZ / IBT-CCG UNAM /EBSCO Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB / www.cvtisr.sk / Directory of Open Access Journals (DOAJ) / www.journalfinder.uncg.edu / Yokohama National University Library jp / Stanford.edu, www.nsdl.org / University of Rochester Libraries / Korea Fundation Advenced Library.kfas.or.kr / www.worldcatlibraries.org / www.science.oas.org/infocyt / www.redhucyt.oas.org/ fr.dokupedia.org/index / www.lib.ynu.ac.jp www.jinfo.lub.lu.se / Universitè de Caen Basse-Normandie SICD-Rèseau des Bibliothéques de L'Universitè / Base d'Information Mutualiste sur les Périodiques Electroniques Joseph Fourier et de L'Institutè National Polytechnique de Grenoble / Biblioteca OEI / www.sid.uncu.edu.ar / www.ifremer.fr / www.unicaen.fr / www.science.oas.org / www.biblioteca.ibt.unam.mx / Cit.chile, Journals in Electronic Format-UNC-Chapel Hill Libraries / www.biblioteca.ibt.unam.mx / www.ohiolink.edu, www.library.georgetown.edu / www.google.com / www.google.scholar / www.altavista.com / www.dowling.edu / www.uce.resourcelinker.com / www.biblio.vub.ac / www.library.yorku.ca / www.rzblx1.uni-regensburg.de / EBSCO /www.opac.sub.uni-goettingen.de / www.scu.edu.au / www.docelec.scd.univ-paris-diderot.fr / www.lettres.univ-lemans.fr / www.bu.uni.wroc.pl / www.cvtisr.sk / www.library.acadiau.ca /www.mylibrary.library.nd.edu / www.brary.uonbi.ac.ke / www.bordeaux1.fr / www.ucab.edu.ve / www./phoenicis.dgsca.unam.mx / www.ebscokorea.co.kr / www.serbi.luz.edu.ve/scielo./ www.rzblx3.uni-regensburg.de / www.phoenicis.dgsca.unam.mx / www.liber-accion.org / www.mediacioneducativa.com.ar / www.psicopedagogia.com / www.sid.uncu.edu.ar / www.bib.umontreal.ca www.fundacionunamuno.org.ve/revistas / www.aladin.wrlc.org / www.blackboard.ccn.ac.uk / www.celat.ulaval.ca / / +++ /Universal Impact Factor

No bureaucracy / not destroy trees / guaranteed issues / Partial scholarships / Solidarity /
/ Electronic coverage guaranteed in over 150 countries / Free Full text /Open Access www.revistaorbis.org.ve /

INTRODUCCIÓN

El mundo laboral atraviesa transformaciones a fin de alcanzar altos niveles de calidad, las cuales se adapten a las exigencias educativas generando la renovación de sistemas, así como cambios de métodos con el propósito de optimizar recursos para la eficiencia del trabajo. Es importante resaltar, que la única ruta existente para alcanzar el éxito es la incorporación tanto de la empresa, como de todos sus actores (clientes, empleados, entre otros), en el desarrollo de las actividades que permiten llegar al mercado competitivo, llevándolos a construir un equipo integrado con la capacidad de aprender continuamente de los cambios que suceden con sus propios miembros y en las interrelaciones con su ambiente, centrándose en mejorar la calidad de servicio.

Basado en lo anterior, en las organizaciones inteligentes el desarrollo de las actividades está a cargo de los empleados permitiendo a través de modelos estratégicos, satisfacer las necesidades de los clientes, los cuales los llevan a mejorar los procesos internos y externos de la organización. Es necesario señalar que los modelos estratégicos no solo combina elementos múltiples o complejos; sino que también pueden intervenir en conocimiento se puede transformar lo que les ayude a ser más eficientes así como eficaz al momento de ofrecer un producto, esto es lo que hace a una organización inteligente además de la formación de su capital intelectual. Por su parte, es el capital intelectual el encargado de manejar esos modelos que permiten que los productos ofrecidos puedan ser la satisfacción del cliente, sintiéndose los mismos gustosos de lo ofrecido, aunque los retos a los que se enfrentan las organizaciones deben relacionarse con una cultura de calidad, donde se ponga en manifiesto el conjunto de ideas, actitudes, sentimientos.

Esta cultura de calidad permite identificar a los empleados con la visión, misión y valores corporativos, que en esencia constituyen la filosofía corporativa, desarrollada por los gerentes que logren mantener un equilibrio entre la capacidad de crear agendas con planes gerenciales aplanadas, es decir que se puedan tomar

en consideración todos las personas, respetando sus ideales. A pesar de que el capital intelectual permite el desarrollo de los planes de una organización, en la actualidad existen debilidades, ya sea por necesidad de motivación, por desinterés en las actividades laborales o simplemente por establecer modelos estratégicos que permitan la calidad de servicio (Edvinsson y Malone, 2003, p. 23).

Por lo antes planteado, el capital intelectual permite desarrollar planes para cubrir las necesidades de la organización, involucrando al grupo de capital (humano, estructural y clientelar), quienes son la parte esencial de la organización debido a que permiten llegar al mercado competitivo y si existen deficiencia en la interrelación organización – empleados – clientes los productos ofertados dejarían de tener demanda, es decir ventas. Asimismo, esa necesidad de desarrollo de capital se basa en las carencias que tienen los empleados de manejar los procesos de gestión (identificación, auditoria y memoria técnica, donde se puede evidenciar los pilares fundamentales de una venta eficiente lo que ayuda a el servicio ofrecido sea de calidad. Es indispensable entender que el capital intelectual es la base de todo el proceso de calidad de servicio ya que lleva a la organización a cumplir los objetivos planteado, es decir vender, fidelidad y satisfacción de los clientes.

En la actualidad, en algunos países latinoamericanos como Venezuela los cambios políticos, económicos, sociales y tecnológicos han generado un alto impacto donde se evidencia la necesidad de crear para posicionarse en el mercado, dándoles estabilidad, motivación al empleado para generar habilidades del manejo de los clientes o simplemente donde puedan crear estructuras de ventas donde el cliente tengan perspectiva de negocios, es decir se sientan involucrados con la organización, como parte fundamental de su estructura. En este momento las organizaciones se ven afectadas por el capital humano, el cual se encuentra desmotivado hasta el punto de olvidar sus funciones, realizando las actividades de forma inadecuadas, repercutiendo esto en el trato a los clientes así como en la efectividad del servicio.

Basado en lo anterior, es necesario analizar el capital intelectual como modelo estratégico para la calidad de servicio en organizaciones inteligentes del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela, donde se pueda describir el grupo capital, identificar el proceso de gestión, describir las dimensiones de la calidad de servicio y describir las estrategia de la calidad de servicios, esto con la finalidad mejorar las condiciones de la organización inteligente adecuándolo al mercado competitivo.

FUNDAMENTO TEÓRICO

En esta parte del artículo, es necesario darle relación directa con lo establecido en la introducción y que servirá como base del análisis y discusión de los resultados. Asimismo, el desarrollo del fundamento teórico toma en consideración la variable en estudio capital intelectual y calidad de servicio que para poder analizarla es necesario dimensionar sus características (Basada en los objetivos específicos

plateados en la introducción), quedando como primera dimensión grupo capital, segunda dimensión proceso de gestión, tercera dimensión dimensiones de la calidad de servicio y cuarta dimensión estrategia de la calidad de servicios. A continuación se desarrolla el fundamento teórico comenzando por la variable y todos sus elementos además de dimensiones.

CAPITAL INTELECTUAL

La gestión de las personas preocupa cada vez más a quienes dirigen todo tipo de organizaciones, lo cual provoca que la demanda de ideas, estrategias e instrumentos permitan lograr avances en este campo haya crecido en los últimos tiempos. El conocimiento se ha convertido en el factor más importante de la vida económica. Al respecto, Bernárdez (2008), señala el capital intelectual "es el conjunto del conocimiento científico, tecnológico, artístico así como comercial aplicable para la generación de riquezas social disponible para un individuo, organización o comunidad".

Asimismo, Boscán y Sandrea (2015), señalan que el capital intelectual "abarca todos los tipos de intangibles, ya sean de propiedad, susceptibles de ser utilizados por la empresa o bien captados informalmente". En resumen, para los investigadores el capital intelectual son los fondos de conocimientos, activos, intangibles o en definitiva, recursos intangibles y capacidades que permiten desarrollar los procesos básicos de negocio de las estructuras empresariales, permiten el logro de las ventajas competitivas. En otras palabras, es la capacidad intelectual es el talento de una empresa para obtener valor a partir del capital intelectual de la organización. Esta se aplica a las tareas y procesos en las distintas unidades de negocio, consistiendo en mejoras diferenciales en atención al cliente, calidad de productos o servicio y en productividad medida en términos de coste por unidad. Para poder estudiar la variable capital intelectual es necesario tomar en consideración dos dimensiones grupos de capital y proceso de gestión:

Grupos de Capital: Para lograr el capital intelectual en una organización se debe desarrollar al capital humano, aumentando así los activos intangible que cada colaborador posee (valores, actitudes, habilidades y conocimientos), y posteriormente estructurar ese capital, es decir, convencer a la gente comparta, administre y documente de manera efectiva el conocimiento que ha adquirido, lo que también estaría el aspecto relacional o clientelar. De la misma manera, los grupos de capital representan las raíces de valor de una organización, con él la organización surge, sacando a flote los conocimientos previos que serán fortalecidos en la medida que se desarrollan las actividades (Edvinsson y Malone, 2003, p. 12). Ahora bien, dentro de los grupos de capital se encuentran:

a) Humano: En las organizaciones, es necesario un adecuado manejo del personal, debido al uso de técnicas así como de conceptos de administración se puede perfeccionar la productividad y el desempeño en el trabajo, sin personas

eficientemente es imposible que una organización logre los objetivos, dado a la ejecución de las tareas, por tanto representan el impulso de los alcances organizacionales. El capital humano se trata de un área muy sensible a la mentalidad predominante en las organizaciones, se considera como contingente y situacional, debido que está sujeta a factores propios de la misma organización como la cultura existencial, la estructura organizativa adoptada, el contexto ambiental donde se encuentra ubicada, al igual que el negocio y la tecnología utilizada, así como los procesos internos llevados a cabo, además de otras variables, sujetas a los objetivos organizacionales.

b) Estructural: Este grupo de capital incluye factores tales como calidad y alcance de los sistemas de información, imágenes de la empresa, base de datos patentadas, conceptos organizacionales y documentación también se pueden encontrar como recordatorios del mundo que se va quedando atrás, renglones tradicionales como propiedad intelectual, incluyendo patentes sí como marcas o derechos de autor. El capital estructural se podría describir como la infraestructura que incorpora, forma y sostiene el capital humano. También es la capacidad organizacional que incluye los sistemas físicos usados para transmitir y almacenar el material intelectual.

c) Clientelar: En el modelo original de Skandia la valoración de las relaciones con clientes se coloca dentro del capital estructural; pero es interesante observar que en un reciente desarrollo del modelo de capital intelectual, el capital clientelar se considera como una categoría separada, equivalente a capital estructural y humano, es decir, es una idea interesante y sugiere que las relaciones de una empresa con sus clientes son distintas de su trato con los empleados y los socios estratégicos, y que esta relación es e importancia absolutamente central para el valor de la empresa.

Proceso de Gestión: La gestión de capital intelectual comprende todas las actividades que se han examinado en el proceso de gestión del capital intelectual, pero este proceso es más complejo cuando se aplica a la gestión de conocimientos que a los activos de propiedad intelectual o de mercado. Asimismo, el proceso de la gestión del capital intelectual considera a los elementos como el momento de incorporación hasta el monitoreo y evaluación de quienes vinculan teniendo en cuenta los siguiente componentes: admisión, compensación, desarrollo, mantenimiento y monitoreo (Zapata, 2009, p. 213).

Es necesario entender, según Torres y Lamenta (2015), que la gestión puede mejorar el desempeño de la organización en vías de lograr una organización inteligente, pero no es suficiente por sí sola; puesto que este involucra la planeación de estrategias y el establecimiento de políticas y además la colaboración de todo el personal de la organización. Dentro del proceso de gestión se encuentran:

a) Identificación: Una vez definidos los bloques en los que se encuentra el modelo de gestión del capital intelectual, el paso siguiente es la identificación de los elementos a considerar dentro de cada uno de ellos. En consecuencia, para la identificación implica las actividades de localizar, acceder, valorar y filtrar los recursos intelectuales. Asimismo, es necesario estimar el capital intelectual futuro deseado.

b) Auditoria: Una vez tomada la decisión de realizar la auditoría, los motivos de la cual habrán sido debidamente explicados por la gerencia de la empresa, es el momento de poner manos a la obra. Es un alto porcentaje del conocimiento y competencias individuales y organizacionales que forman parte del capital intelectual se encuentra en estado tácito, es decir, contenido en la experiencia de una o múltiples personas o en la forma de rutinas así como de procesos no documentados.

c) Memoria Técnica: La memoria técnica suele ser un resumen de los datos básicos de la organización en donde se pueden plasmar los conocimientos esenciales de la empresa realizados a nivel anual, generalmente. De la misma forma, es un constructo colectivo conformado por múltiples memorias individuales que pueden permanecer en la entidad largo plazo, morir o simplemente abandonar la institución y por eso es tan difícil afirmar que pertenece a la misma; lo más que puede decirse es que pertenece al conjunto de personas que laboran en ella en un momento determinado.

CALIDAD DE SERVICIO

Se entiende como un conjunto de principios que se corresponden con la misión y visión que ha previsto la institución para elevar su productividad y sustentabilidad social y laboral. Igualmente, es el conjunto de principios, métodos organizados, estrategias globales intenta movilizar toda la organización para obtener una satisfacción laboral al menor tiempo y costo. Asimismo, permite el estudio pleno de la institución dentro de un servicio específico de la comunicación. Basado en lo anterior, Lepeley (2003) señala que la calidad del servicio “es la contribución que satisface la necesidad de una persona al adquirir un producto o servicio”. Desde esta perspectiva, la calidad del servicio tiene relación con la satisfacción de necesidades o el gusto de personas que crean una demanda para ese producto. En consecuencia, la calidad del servicio es el resultado de un proceso de gestión integral que abarca todas las etapas de un proceso para llegar a producir un producto o servicio. Es por ello que la calidad del servicio, es lograr el nivel mayor de exigencia que aspira una institución, en este caso, elevar la calidad del desempeño empresarial es la manera de consolidar las políticas y principios educativos en las instituciones.

Se puede inferir, que la calidad del servicio es el mejoramiento continuo de los procesos, recursos humanos y materiales a fin de adecuar los logros, reduciendo

gastos y desperdicios y manteniendo de esta forma una satisfacción laboral entre los empleados de la empresa. En este caso, se apoya en una visión y misión gerencial participativa, para elevar la calidad de desempeño del empleado, resaltando de hecho, su importancia y acción. Asimismo, la misión que rige las empresas exige un clima y contexto organizativo favorable para el análisis y toma de decisiones, partiendo de las potencialidades, necesidades e intereses. Ahora bien, dentro de las dimensiones de la calidad de servicio se encuentran:

Dimensiones de la calidad de servicio: Se vincula con la actuación de los empleados, pues el personal que atiende al cliente debe demostrar sus mejores actitudes y disposiciones para responder a las inquietudes y atender las solicitudes de los usuarios, siendo esencial que el conglomerado de usuarios de la organización persiga una postura positiva por parte del personal para calificar positivamente la calidad del servicio (Albrecht y Bradford, 2004, p. 84). Existen 5 dimensiones principales a través de las cuales los usuarios evalúan el servicio, estas son: Tangibilidad, confiabilidad, responsabilidad, seguridad, y empatía.

a) Tangibilidad: Se refiere a la apariencia de las instalaciones físicas educativas, de sus equipos, personal, y materiales educativos. Al mismo tiempo es como aspectos palpables, en los que se puede ver, tocar, medir y evaluar de una manera más fácil todas sus características físicas.

b) Confiabilidad: Es la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa, por ello engloba el análisis de la promesa del servicio, en forma fiable y precisa; así mismo expresa, que la confiabilidad del servicio se relaciona con los tiempos establecidos, los cuales son fundamentales para concretar una opinión favorable, siendo uno de los criterios más considerado como indicador de excelencia en el servicio.

c) Responsabilidad: Abarca la disposición y voluntad para ayudar al usuario y proporcionar el servicio de la mejor forma demostrando cumplimiento y servicio oportuno.

d) Seguridad: Establece la seguridad como la inclusión los conocimientos y atención mostrada y la habilidades para demostrar credibilidad, confianza, conocimiento y cortesía.

e) Empatía: Impone la atención individualizada que ofrece las empresas a los usuarios, en el proceso de atención al cliente y la identificación con el mismo, la accesibilidad, comunicación y entendimiento para con el cliente; la organización está en disposición de ofrecer a sus clientes cuidado y atención personalizada.

Estrategia de la calidad de servicios: Refiere como la estrategia debe especificarse en función de unas metas a logra, pues de esta forma las

organizaciones empresariales tiene claridad y exactitud en los objetivos que pretenden no solamente en el tiempo inmediato sino en mediano y largo plazo, se deben determinar las estrategias del proceso empresarial enfocando su calidad, lo cual significa investigar, formar empleados de calidad y documentarlos (Rodríguez, 2004, p. 43). Ahora bien, dentro de las estrategias de la calidad de servicio se encuentran:

a) Productividad: Se define como la relación que existe entre la producción total o resultado final y los recursos tiempos, dinero y esfuerzo utilizados para lograrla.

b) Innovación: Es la habilidad que poseen los individuos para buscar ideas, soluciones y perspectivas que resulten novedosas ante los cambios. En este sentido asimismo, es estar abierto a ideas y enfoques novedosos, o capacidad de generar nuevas ideas, enfoques e información.

c) Excelencia: Es saber construirse sólidamente como un ser humano, con piezas de calidad como los buenos principios y los valores. El hombre que vive con excelencia posee, entre otras cosas, las siguientes características: intuición y alegría, claridad en sus propósitos, originalidad, responsabilidad y libertad. Con base a lo antes mencionado y expuesto en relación a los postulados teóricos se hace necesario realizar las siguientes consideraciones.

METODOLOGÍA

Este artículo se encontró asentada bajo el paradigma científico-positivista, el cual busca el objeto de los supuestos teóricos y empírico que constituye en un todo sobre el estado actual de un hecho, situación o persona. Asimismo, en el tipo de la investigación analítico, descriptivo con un diseño no experimental, transversal, de campo, visualizándose las características específicas del entorno permitiendo analizar el capital intelectual como modelo estratégico para la calidad de servicio en organizaciones inteligentes, sin manipular la realidad, llevándolo a estudiar en un único tiempo y espacio.

Es necesario señalar que el análisis se realiza a través de la aplicación del método cualitativo, es decir, con la utilización de estadística descriptiva de los datos escogidos de la realidad basada en una población conformada por (36) personas con los siguientes criterios y características: (6) gerentes, (15) empleados y (15) clientes de una organizaciones inteligentes del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela, los cuales darán información exacta y precisa sobre el capital intelectual como modelo estratégico para la calidad de servicio.

Asimismo, se usó como técnica de recolección de datos, un cuestionario contentivo de treinta y nueve (39) ítems para la población general y con los diferentes criterios

y características presentado anteriormente. Este cuestionario utilizó la escala Likert con 5 alternativas de respuestas; para la confiabilidad se aplicó el coeficiente de Alfa de Cronbach, para tal efecto se aplicó una prueba piloto a diez (10) informantes, divididos en (2) gerentes, (4) empleados y (4) clientes, permitiendo obtener como resulta un 0.94 lo que lo hace altamente confiable. El procesamiento de los datos se diseñó una tabla o matriz de doble entrada donde se asentaran los datos suministrados por los sujetos en la encuesta realizada donde se toma en cuenta: primera dimensión estrategias de integración universitaria, empresa y políticas públicas, segunda dimensión desarrollo endógeno, lo que permitió tomar como variables de estudio capital intelectual y calidad de servicio.

Para la discusión de los resultados, se elaboraron tablas de distribución de medias aritméticas; las cuales fueron categorizadas según baremo previamente establecido, que se construyó con base en los intervalos que ofrecen las alternativas de respuesta planteadas. Estableciendo para el análisis el siguiente baremo:

Cuadro Nro. 1: Baremo Ponderado

Alternativas	Valor de la Media	Categoría
Siempre	4,01 ≤ x ≤ 5,00	Alta presencia
Casi Siempre	3,01 ≤ x ≤ 4,00	Presencia
Algunas Veces	2,01 ≤ x ≤ 3,00	Mediana presencia
Casi Nunca	1,01 ≤ x ≤ 2,00	Poca presencia
Nunca	0,00 ≤ x ≤ 1,00	Ausencia

Fuente: Elaboración Propia (2016)

RESULTADOS

En esta parte se visualizan los resultados obtenidos del cuestionario aplicado a los activos en gerentes, empleados y clientes de una organización inteligente del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela, los cuales dieron información exacta y precisa sobre el capital intelectual como modelo estratégico para la calidad de servicio, donde se tomaron en consideración cuatro dimensiones (Basada en los objetivos específicos plateados en la introducción), tales como: primera dimensión grupo capital, segunda dimensión proceso de gestión, tercera dimensión dimensiones de la calidad de servicio y cuarta dimensión estrategia de la calidad de servicios. Asimismo, los resultados se evidencian en matrices de doble entrada donde se muestra la frecuencia absoluta y porcentual de las respuestas de la población para luego confrontarla con la teoría establecida los cuales permiten llegar a conclusiones, recomendaciones. A continuación se muestra la tabla que permite el análisis y discusión de las variables en estudio:

Tabla Nro. 1: Distribución Porcentual de la Variable Capital Intelectual

Dimensión	Alternativas / Frecuencia										X
	Siempre		Casi Siempre		Algunas Veces		Casi Nunca		Nunca		
	fa	%	fa	%	fa	%	fa	%	fa	%	
Grupo Capital	11	30,6	6	16,7	14	38,9	2	5,6	3	8,3	2,43
Proceso de Gestión	9	25,0	12	33,3	8	22,2	5	13,9	2	5,6	2,51
Promedio	10	27,8	9	25,0	11	30,6	3	9,7	3	6,9	2,47
Medida Aritmética	2,47										
Categorización	Mediana presencia										

Fuente: Elaboración Propia (2016)

En la tabla anterior sobre la distribución porcentual de la variable capital intelectual donde se muestra el comportamiento de la dimensión grupo capital donde el 38,9% de la población encuestada señala que algunas veces desarrollan al capital humano, estructural y clientelar aumentando así los activos intangible que cada colaborador posee (valores, actitudes, habilidades y conocimientos) además que alguna veces representan las raíces de valor de una organización, con él la organización surge, sacando a flote los conocimientos previos, mientras que el 30,6% señala que siempre, 16,7% casi siempre, 8,3% nunca y 5,6% casi nunca desarrollan al capital humano, estructural y clientelar aumentando así los activos intangible. Esto muestra que las respuestas se ubican en una media de 2,43 lo que indica que la dimensión grupo capital se encuentra en mediana presencia en organización inteligente del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela.

Este resultado evidencia que existe mediana coherencia con lo establecido con Edvinsson y Malone (2003, p. 12), cuando señala que se debe desarrollar al capital humano, aumentando así los activos intangible que cada colaborador posee (valores, actitudes, habilidades y conocimientos), y posteriormente estructurar ese capital, es decir, convencer a la gente comparta, administre y documente de manera efectiva el conocimiento que ha adquirido, lo que también estaría el aspecto relacional o clientelar. De la misma manera, los grupos de capital representan las raíces de valor de una organización, con él la organización surge, sacando a flote los conocimientos previos que serán fortalecidos en la medida que se desarrollan las actividades.

Por su parte, el comportamiento de la dimensión proceso de gestión donde el 33,3% de la población encuestada señala que casi siempre comprenden todas las actividades para gestionar el conocimiento donde se utiliza la identidad, auditoria y memoria técnica permitiendo la admisión, compensación, desarrollo, mantenimiento y monitoreo, mientras que el 25,0% opinan que siempre, 22,2% algunas veces 13,9% casi nunca y 5,6% nunca comprenden todas las actividades para gestionar

el conocimiento. Esto indica que las respuestas se ubican en una media de 2,51 lo que muestra que la dimensión proceso de gestión se encuentra en mediana presencia en organización inteligente del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela.

Ahora bien, este resultado evidencia que existe mediana coherencia con lo establecido con Zapata (2009, p. 213) cuando señala que comprende todas las actividades que se han examinado en el proceso de gestión del capital intelectual, pero este proceso es más complejo cuando se aplica a la gestión de conocimientos que a los activos de propiedad intelectual o de mercado. Asimismo, el proceso de la gestión del capital intelectual considera a los elementos como el momento de incorporación hasta el monitoreo y evaluación de quienes vinculan teniendo en cuenta los siguiente componentes: admisión, compensación, desarrollo, mantenimiento y monitoreo.

Tomando en consideración los resultados antes expuestos, el promedio para la variable capital intelectual se encuentra según los encuestados en 30,6% en la alternativa algunas veces, el 27,8% siempre, 25,0% casi siempre, 9,7% casi nunca, 6,9% nunca, lo que indica que tiene una media de 2,47 ubicándose el capital intelectual en medina presencia en organización inteligente del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela. Esto indica que existe mediana coherencia con lo establecido con Bernárdez (2008) quien señala que el capital intelectual es el conjunto del conocimiento científico, tecnológico, artístico así como comercial aplicable para la generación de riquezas social disponible para un individuo, organización o comunidad.

Tabla Nro. 2: Distribución Porcentual de la Variable Calidad de Servicio

Dimensión	Alternativas / Frecuencia										X
	Siempre		Casi Siempre		Algunas Veces		Casi Nunca		Nunca		
	fa	%	fa	%	fa	%	fa	%	fa	%	
Dimensiones de la Calidad de Servicio	5	13,9	10	27,8	12	33,3	4	11,1	5	13,9	3,23
Estrategia de la Calidad de Servicios	7	19,4	8	22,2	10	27,8	6	16,7	5	13,9	3,41
Promedio	6	16,7	9	25,0	11	30,6	5	13,9	5	13,9	3,32
Medida Aritmética	3,32										
Categorización	Presencia										

Fuente: Elaboración Propia (2016)

En la tabla anterior sobre la distribución porcentual de la variable calidad de servicio donde se muestra el comportamiento de la dimensión dimensiones de la calidad de servicio donde el 33,3% de la población encuestada señala que algunas veces

demuestran sus mejores actitudes y disposiciones para responder a las inquietudes además de atender las solicitudes de los usuarios utilizando tangibilidad, confianza, responsabilidad, seguridad y empatía, mientras que el 27,8% señala que casi siempre, 13,9% siempre y nunca, y 11,1% casi nunca demuestran sus mejores actitudes y disposiciones. Esto muestra que las respuestas se ubican en una media de 3,23 lo que indica que la dimensión dimensiones de la calidad de servicio se encuentra en presencia en organización inteligente del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela.

Este resultado evidencia que existe coherencia con lo establecido con Albrecht y Bradford (2004, p. 84), cuando señala que se vincula con la actuación de los empleados, pues el personal que atiende al cliente debe demostrar sus mejores actitudes y disposiciones para responder a las inquietudes y atender las solicitudes de los usuarios, siendo esencial que el conglomerado de usuarios de la organización persiga una postura positiva por parte del personal para calificar positivamente la calidad del servicio.

Por su parte, el comportamiento de la dimensión estrategia de la calidad de servicios donde el 27,8% de la población encuestada señala que algunas veces se especifica en función de unas metas a logra, pues las organizaciones tienen claridad y exactitud en los objetivos lográndolo a través de productividad, innovación y excelencia, mientras que el 22,2% opinan que casi siempre, 19,4% siempre, 16,7% casi nunca y 13,9% nunca se especifica en función de unas metas a logra. Esto indica que las respuestas se ubican en una media de 3,41 lo que muestra que la dimensión estrategia de la calidad de servicios se encuentra en presencia en organización inteligente del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela.

Ahora bien, este resultado evidencia que existe coherencia con lo establecido con Rodríguez (2004, p. 43) cuando refiere que debe especificarse en función de unas metas a logra, pues de esta forma las organizaciones empresariales tiene claridad y exactitud en los objetivos que pretenden no solamente en el tiempo inmediato sino en mediano y largo plazo, se deben determinar las estrategias del proceso empresarial enfocando su calidad, lo cual significa investigar, formar empleados de calidad y documentarlos.

Tomando en consideración los resultados antes expuestos, el promedio para la variable calidad de servicio se encuentra según los encuestados en 30,6% en la alternativa algunas veces, 25,0% casi siempre, el 16,7% siempre, 13,9% casi nunca y nunca, lo que indica que tiene una media de 3,32 ubicándose la calidad de servicio en presencia en organización inteligente del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela. Esto indica que existe coherencia con lo establecido con Lepeley (2003) cuando señala que la calidad del servicio es la contribución que satisface la necesidad de una persona al adquirir un producto o servicio.

CONCLUSIONES

Recolectada la información y desarrollado el análisis respectivo, se procede a presentar las conclusiones que dan respuestas a la interrogante formulada y objetivos propuestos llevando a analizar el capital intelectual como modelo estratégico para la calidad de servicio en organizaciones inteligentes del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela, por lo que se procedió a realizar las siguientes conclusiones:

En correspondencia con el primer objetivo específico, no se describieron con claridad (mediana presencia), los grupos capitales, específicamente cuando se trata de desarrollar los roles, funciones y competencias lo que deja evidencia de que existe necesidad de representar las raíces de valor de una organización, con él la organización surge, sacando a flote los conocimientos previos, además que existe la necesidad de incluir en factores tales como calidad y alcance de los sistemas de información, imágenes de las organizaciones inteligentes del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela. En otras palabras, la carencia de conocer las funciones del capital humano y estructural trae como consecuencia que los clientes no se sientan identificados con los valores, cultura y políticas de la organización lo que genera incumplimiento de los objetivos propuestos. Los grupos de capital no cuentan con contingente de mentalidad en las organizaciones, escasamente consideran el capital estructural parte del conocimiento perteneciente al capital humano y muestran necesidad de desarrollo de las relación amistosas entre la organizaciones inteligentes del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela y el cliente.

De la misma manera, en el objetivo segundo no se identificó con claridad (mediana presencia) el proceso de gestión, debido a que existe la necesidad de comprender todas las actividades tales como identificar, auditoria y memoria técnica, esto se debe a que requieren de localizar, acceder, valorar y filtrar los recursos intelectuales, lo que se lograría si se tiene un alto porcentaje del conocimiento y competencias individuales además de organizacionales que forman. Esta necesidad se evidencia en la carencia de publicación de los resultados de la auditoria, es decir utilización de memoria técnica del proceso de gestión. Asimismo, se encuentran poco orientadas al logro de estos objetivos y es por ende que no identifican con facilidad los recursos intelectuales de las organizaciones inteligentes del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela, escasamente conoce la capacidad de la organización para poder conseguir sus metas, de igual forma, no reconoce el conocimiento que la organización posee.

Ahora bien, en el tercer objetivo se pudo describir las dimensiones de la calidad de servicio, demostrando que existe tangibilidad, confiabilidad, responsabilidad, seguridad y empatía debido a que se vincula con la actuación de los empleados, pues el personal que atiende al cliente debe demostrar sus mejores actitudes y disposiciones, asimismo se da el conglomerado de usuarios de las organizaciones

inteligentes del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela, donde se persiga una postura positiva por parte del personal, lo que permite que los cliente califiquen positivamente la calidad del servicio de las organizaciones inteligentes del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela. Ahora bien, debido a lo novedoso que es el involucrar estos aspectos dentro de una cultura organizativa, efectivamente se asumen compromisos con la solución de problemas dentro de la organización, impones sus criterios de decisión a partir de sus preferencias y no se pronostican resultados considerando la acción generada en el desarrollo de la organización.

En cuanto a cuarto objetivo se puede señalar que se describieron las estrategia de la calidad de servicios, evidenciando efectividad en el manejo de la productividad, innovación y excelencia de los procesos desarrollados en las organizaciones inteligentes del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela, esto se debe a que la estrategia debe especificarse en función de unas metas a logra permitiendo tener tiene claridad y exactitud en los objetivos que pretenden no solamente en el tiempo inmediato sino en mediano y largo plazo, llevando a las organizaciones a enfocar su calidad, lo cual significa investigar, formar empleados de calidad y documentarlos.

Basado en lo anterior se puede señalar que al analizar el capital intelectual como modelo estratégico para la calidad de servicio en organizaciones inteligentes del Municipio Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela, se puede concluir que existe necesidad de aclarar las funciones de cada grupo para mantener satisfecho y con fidelidad a los clientes basados en el proceso de gestión, a pesar de esas necesidades en las organizaciones los clientes siente que la calidad de servicio es buena aunque el capital estructural parte del conocimiento perteneciente al capital humano, y asegurar que sea pertinente desarrollar la relación entre la organización y los cliente. Al mismo tiempo es necesario entender que los proceso de gestión persuaden a los gerentes, empleados y clientes a localizar los recursos intelectuales de la empresa, identificar la capacidad de la organización para poder conseguir sus metas y participar de actividades en el proceso de gestión del capital intelectual.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albrecht K., y Bradford L., (2004), La excelencia en el servicio. Temas gerenciales. Traducido por Jesús Villamizar Herrera. Tercera edición ilustrada y revisada. 3R Editores.

Bernárdez, M. (2008), Capital intelectual: creación de valor en la sociedad del conocimiento. Edición ilustrada. Editor AuthorHouse.

Boscán M., y Sandrea M., (2015), Gestión del capital intelectual en las empresas manufactureras del sector plástico zuliano. Revista Digital Revicyhluz. Revista Arbitrada. Formación Gerencial, Año 14 Nº 1, Mayo 2015. ISSN 1690-074X. Consultado en: https://goo.gl/6Ju8I2

Edvinsson, L. y Malone, M. (2003), El capital intelectual. Gerencia cómo identificar y calcular el valor inexplotado de los recursos intangibles de su empresa. Editorial Norma. Bogotá – Colombia.

Edvinsson, L. y Malone, M. (2003), El capital intelectual: cómo identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa. Edición ilustrada. Gestión 2000 editorial. Barcelona – España.

Lepeley (2003), Gestión y Calidad en Educación. Un modelo de Evaluación Editorial MC Graw Hill Interamericana S.A. D. F. México.

Rodríguez M., (2004), Gestión Organizacional: Elementos para su Estudio. Universidad Iberoamericana.

Torres K., y Lamenta P (2015), La gestión del conocimiento y los sistemas de información en las organizaciones. Revista Científica Electrónica de Ciencias Gerenciales / Scientific e-journal of Management Sciences. PPX 200502ZU1950 ISSN: 1856-1810 Edited by Fundación Unamuno / Venezuela / www.revistanegotium.org.ve / núm 32 (año 11) pág 3-20. Consultado en: https://goo.gl/m4P6pH

Zapata, C. (2009), Globalización, deporte y desarrollo local. Funámbulos editores. Medellín Colombia.