

# **METODOLOGIA PARA VALORAR EL CAPITAL INTELLECTUAL EN LA ESCUELA DE ADMINISTRACION Y MERCADOTECNIA DEL QUINDIO EAM**

**Diana Clemencia Ríos Arias**  
**Administradora de Empresas**  
**Docente- Investigadora.**

**Equipo Académico de Investigación en  
Responsabilidad Social GRS**

# CAPITAL INTELECTUAL



La posesión de conocimientos, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con clientes y destrezas profesionales que dan a la empresa una ventaja competitiva en el mercado. (Edvinsson, 2003).

## Capital Humano

Todas las capacidades individuales, los conocimientos, las destrezas y la experiencia de los colaboradores.



## Capital Estructural

Se describe como la infraestructura que incorpora, capacita y sostiene el capital humano.



## Capital Relacional

Es la relación que la organización tiene con los clientes internos y externos.

# OBJETIVO GENERAL

- Aplicar una metodología que permita valorar el capital intelectual en la Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío  
EAM



Diseñar una propuesta mejoradora para valorar el capital intelectual en La Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío.

Realizar un diagnóstico sobre el capital intelectual en La Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío. EAM

Aplicar un modelo pertinente para valorar el capital intelectual en La Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío.

**OBJETIVOS  
ESPECÍFICOS**

## MARCO TEÓRICO

AUTORES:

LEIF EDVINSSON

NORTON Y KAPLAN, NONAKA

EDGAR MORIN

FRITJOF CAPRA

FRANCISCO VARELA,

TEORIA DE LOS RECURSOS Y CAPACIDADES,

THOMAS HOUSEL Y VALERY KANEVSKY

GREGORIO CALDERON HERNANDEZ.



## Tipo de investigación

Está enmarcada dentro de la investigación mixta de corte descriptivo.

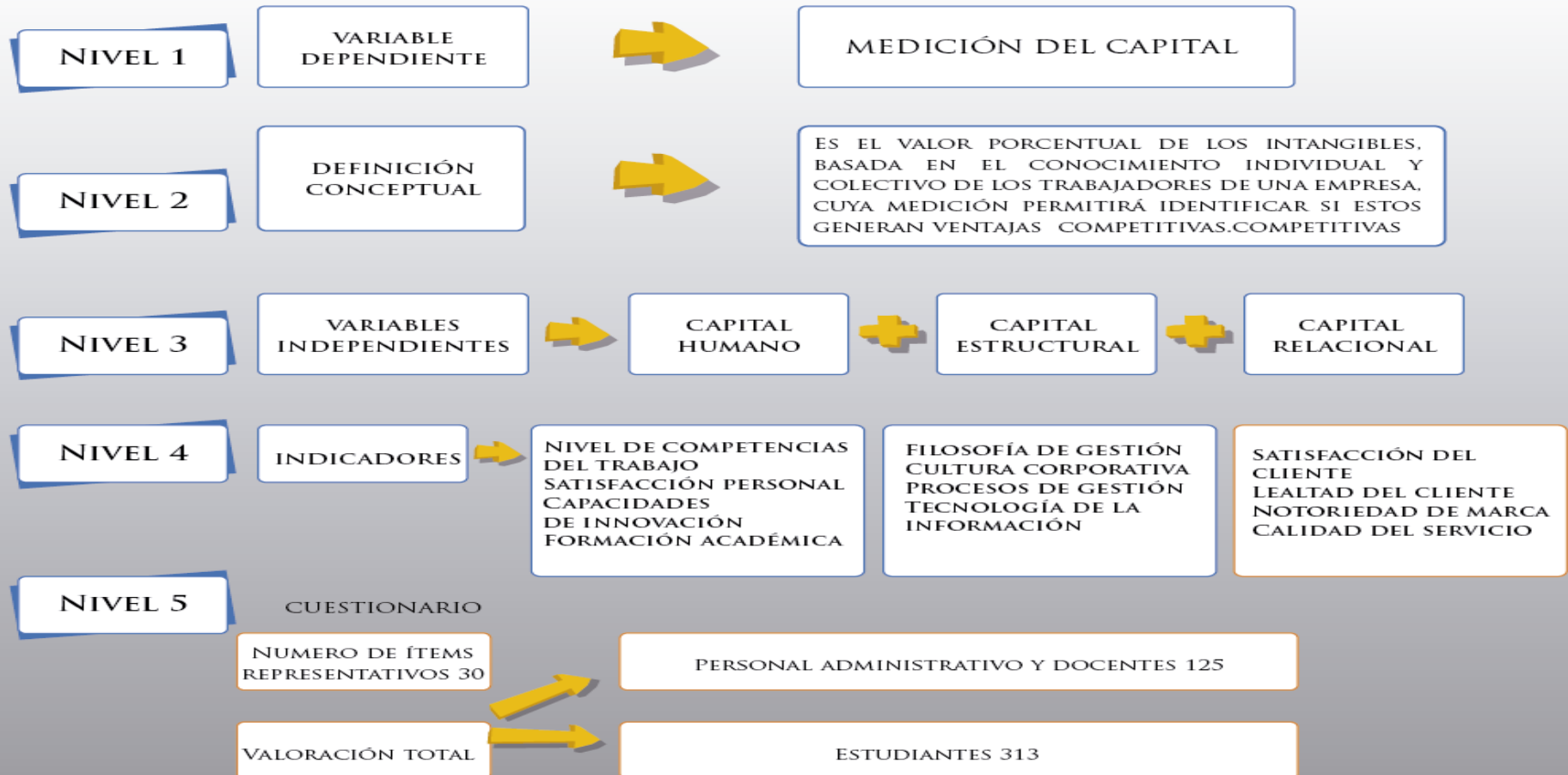
Se aplicó un cuestionario dirigido a una muestra poblacional de la institución, el instrumento aplicado utilizó tres variables correspondientes al componente de Capital Intelectual; Capital Humano, Capital Relacional y Capital Estructural con preguntas tipo likert, así mismo se realizó la medición de la fiabilidad para cada una de las variables (Alpha de Cronbach).

## Método de Investigación

**Inductivo:** La investigación parte de premisas particulares tales como diagnóstico, recolección de la información llegando a conclusiones generales.

INSTRUMENTO

# Operacionalización de las variables





## Promedio ponderado que mide el nivel de satisfacción de la comunidad estudiantil sobre el CI en la EAM

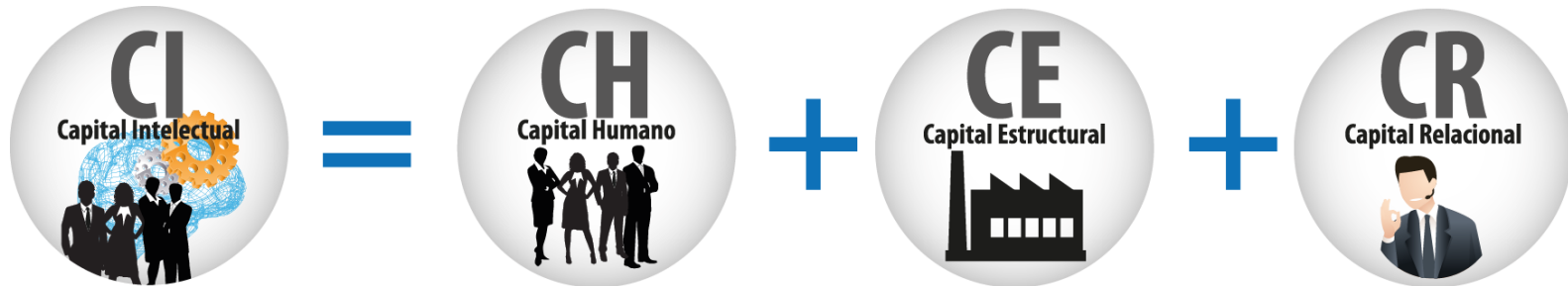
Programa	CH	CE	CR	CI
Administración de Empresas	75%	72%	73%	<b>73%</b>
Negocios Internacionales	74%	74%	78%	<b>75%</b>
Hotelería y Turismo	77%	78%	71%	<b>75%</b>
Contaduría	83%	82%	81%	<b>82%</b>
Ingeniería de Software	83%	79%	75%	<b>79%</b>
Ingeniería Mecatrónica	74%	76%	77%	<b>76%</b>
Ingeniería Industrial	80%	83%	79%	<b>80%</b>
Publicidad	72%	70%	72%	<b>71%</b>
Diseño Visual	74%	73%	76%	<b>74%</b>

Programa	CI	Nivel de satisfacción
Administración de Empresas	73%	SATISFECHO
Negocios Internacionales	75%	SATISFECHO
Hotelería y Turismo	75%	SATISFECHO
Contaduría	82%	MUY SATISFECHO
Ingeniería de Software	79%	SATISFECHO
Ingeniería Mecatrónica	76%	SATISFECHO
Ingeniería Industrial	80%	SATISFECHO
Publicidad	71%	SATISFECHO
Diseño Visual	74%	SATISFECHO

# Promedio ponderado que mide el nivel de satisfacción de Docentes y Administrativos sobre el CI en la EAM

Personal	CH	CE	CR	CI
Docente y Administrativos	76%	81%	81%	79%

# MODELO MATEMATICO PARA LA MEDICIÓN DE LOS INTANGIBLES





## Capital Humano

- Formación Académica
- Experiencia Profesional
- Compromiso y motivación
- Destrezas y habilidades
- Competencia individual
- Capacidad de aprender y crear
- Producción intelectual
- Capacidad de innovación y desarrollo



## Capital Estructural

- Planta física
- Conocimiento sistematizado
- Estructura jerárquica
- Procedimientos y sistemas institucionales
- Políticas internas y reglamento
- Soporte logístico
- Unidades de apoyo
- Modelo académico
- Soporte tecnológico



## Capital Relacional

- Identidad corporativa
- Relaciones interpersonales
- Redes de conocimiento
- Grupos internos de interés
- Lealtad y satisfacción de clientes internos
- Oferta académica
- Servicio al cliente



# Resultado de las competencias básicas distintivas

Facultad	Satisfacción Personal	Nivel de Competencia		Capacidad de Innovación y Desarrollo Institucional
		a)	b)	
Faculta de Ciencias Administrativas y Financieras	<b>76,86%</b>	a) <b>47,84%</b>	b) <b>47,14%</b>	<b>63,87%</b>
Facultad de Diseño y Comunicación	<b>74,13%</b>	a) <b>49,57%</b>	b) <b>46,43%</b>	<b>70,93%</b>
Facultad de Ingeniería	<b>72,75%</b>	a) <b>41,33%</b>	b) <b>52,31%</b>	<b>57%</b>

# Resultados



El Capital Intelectual está relacionado con la producción de conocimiento y este hecho exige la cualificación del ser humano viéndose reflejados en todos los procesos internos, uno de ellos el quehacer académico, que repercute en buenos niveles de calidad de la docencia.



# Conclusión.

Para lograr que el Capital Intelectual, denominada activo intangible, sea potencializado en su máxima proporción en la institución, es importante la discusión sobre el tema entre los grupos de interés y sobre todo la utilización de una metodología adaptada para así poder medir su eficacia de implementación.



# Referencias Bibliográficas

- Arango, M., Gil, H. y Pérez, G. Aspectos Prácticos de la Gestión del Conocimiento y la innovación aplicada a las empresas. Medellín: Universidad Nacional de Colombia, 2007. p 25-84.
- Argyris, C. y Schon, S. Organizational Learning: a Theory in Action Perspective. Addison-Wesley. 1978
- Azúa, Sabin. Homo Faber, Homo Sapiens: La Gestión del Conocimiento y del Capital Intelectual de las Organizaciones como Elemento Clave para la Mejora de la Competitividad. Barcelona: Ediciones del Bronce, 1999. p 65-80.
- Baruch , L. y Suresh, R. The valuation of organization capital. New York. 2004.
- Bontis, N. There's a Price on your Head: Managing Intellectual Capital Strategically. Business Quarterly, p 40-47. 1996
- Bontis, N. Intellectual capital: An exploratory study that develops measures and models. Management Decisión, 36(2), p 63-76. 1998
- Bueno, E. "El capital intangible como clave estratégica en la competencia actual", Boletín de Estudios Económicos, Vol. LIII, Agosto de 1998, pp. 207 -229

***GRACIAS POR SU ATENCIÓN***  
dcra@eam.edu.co

