

# Información a revelar en las tres dimensiones del capital intelectual

---

Año  
2016

Autor  
Belfanti, María Pía

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

#### CITA SUGERIDA

Belfanti, M. P., Córdoba, S. E. y Juárez Gagliese, N. P. (2016). *Información a revelar en las tres dimensiones del capital intelectual*. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



**V CONGRESO DE ADMINISTRACIÓN DEL CENTRO DE LA REPÚBLICA**

**II ENCUENTRO INTERNACIONAL DE ADMINISTRACIÓN DEL CENTRO DE LA  
REPÚBLICA**

**I CONGRESO DE CIENCIAS ECONÓMICAS DEL CENTRO DE LA REPÚBLICA**

**“DESAFÍOS PARA LA GESTIÓN DE ORGANIZACIONES FRENTE A LAS  
NUEVAS REALIDADES DE LA SOCIEDAD”**

**VILLA MARÍA - ARGENTINA - 06 y 07 DE OCTUBRE DE 2016**

**INFORMACIÓN A REVELAR EN LAS TRES DIMENSIONES DEL CAPITAL  
INTELLECTUAL**

**BELFANTI, MARÍA PÍA. AUTORA**  
**CÓRDOBA, SILVANA EDITH. AUTORA EXPOSITORA**  
**JUAREZ GAGLIESE, NADIA PATRICIA. AUTORA**

Auspician



Adhieren



# **INFORMACIÓN A REVELAR EN LAS TRES DIMENSIONES DEL CAPITAL INTELLECTUAL**

## **PALABRAS CLAVE**

CAPITAL INTELLECTUAL- CONTABILIDAD FINANCIERA- INDICADORES - USUARIOS

## **1- INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Problema**

El presente trabajo pretende, sin ser exhaustivo, abordar la temática del capital intelectual y sus dimensiones. Tratando de plasmar que información sobre capital intelectual deben revelar las empresas a los usuarios de los estados financieros.

### **1.2. Objetivos**

Dar luz sobre un concepto que si bien es cada vez más utilizado en la literatura no posee una definición unificada. En el trabajo se procede a realizar una revisión de las distintas dimensiones que componen el capital intelectual, de sus relaciones y de la información sobre el mismo, que deben revelar las empresas para que los usuarios puedan tomar decisiones más asertivas.

### **1.3. Justificación**

El capital intelectual es un tópico sobre el cual el interés de las empresas ha crecido desde los años 90, sobre todo en aquellas en las que sus beneficios se relacionan a la innovación. Si bien existe una gran cantidad de teóricos que abordan este tema, no hay en la actualidad una definición específica del mismo. Por este motivo en el trabajo desarrollado se realiza una revisión del concepto de capital intelectual, con la intención de obtener un acercamiento a la definición del mismo y a sus dimensiones. Debido a que los rendimientos de la organización no sólo dependen de la adecuada gestión de los activos físicos, sino del conveniente empleo de los elementos intangibles de la empresa.

## **2- MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Fundamentación**

Este trabajo se fundamenta en la necesidad y deseo de las empresas de darle valor contable al Capital Intelectual de la misma, ya que con el transcurso del tiempo han notado del creciente valor que tiene como activo intangible de la misma. Son una

parte muy importante y valiosa en el desenvolvimiento diario de cualquier empresa, como así también para crecer y mantenerse en el tiempo. Es esa sinergia que se crea entre los activos intangibles o inmateriales y los materiales, ya que por más que los mismos no estén reflejados en los estados contables de las empresas, generan y generaran un gran valor a futuro para las empresas en si mismas.

## **2.2. Antecedentes**

El entorno socioeconómico caracterizado por ser dinámico y complejo, da mayor peso al conocimiento, convirtiéndolo en el principal factor de producción de la economía actual.

Peter Drucker (1992) también hace referencia a los cambios en la forma de producción, destacando la creciente importancia de los trabajos basados en el conocimiento, la globalización de los mercados y el impacto de los sistemas de información en las organizaciones.

Según Eduardo Bueno (1999) en todo este marco, la estructura económica y productiva de la empresa evoluciona y se transforma. Se supera la idea de organización como unidad de producción basada en el capital físico o tangible, dado que ahora se le suman a estos activos otros elementos de naturaleza intangible. De esta forma, la innovación, la creatividad, el aprendizaje continuo pasan a ser consideradas claves de la generación de competencias esenciales basadas en los recursos existentes en las empresas. Se configura la organización como un conjunto de recursos y capacidades, en la que lo más importante es administrar su inteligencia y saber gestionar sus conocimientos múltiples. En este sentido, saber crear conocimientos y saber gestionarlos son los retos de nuestro tiempo. Las competencias esenciales o competencias básicas distintivas vienen configurando la finalidad de la existencia de determinado Capital Intelectual. Competencias que no son visibles, pero sí fundamentales al ser fuente en la generación de elementos reales de diferenciación frente a los competidores.

Según Edvinsson (1997), la diferencia entre el valor contable de las acciones y el de mercado puede estar justificada por la presencia del Capital Intelectual, que hace referencia al valor resultante del conjunto de *activos intangibles* creados por la empresa, "es algo más que capital humano, es más que objetos intangibles... Tal vez podría considerarse como un flujo de dinámicas de valor, un flujo de generación de capacidades ocultas, caso de los sistemas organizativos, marcas, bases de

datos, patentes, relaciones con los clientes, los conocimientos de las personas clave de la empresa, la satisfacción de los empleados, la lealtad de una cartera de clientes, el know-how de la empresa, etc. etc." Este hecho refleja que son cada vez con mayor intensidad los elementos de naturaleza intangible no contemplados en los balances de las empresas, los que determinan su valor intrínseco. Por lo que la información económico-financiera que suministra la Contabilidad resulta insuficiente para satisfacer las necesidades de información de gestores, inversores, analistas y de terceros interesados en el valor y desempeño futuro de la empresa.

Con la necesidad de mejorar la calidad de la información que necesitan los usuarios para conocer el verdadero valor de la empresa, los investigadores desde hace varias décadas atrás han comenzado a estudiar diversos modelos para lograr establecer indicadores que nos permitan valorar los intangibles con parámetros comparables entre las distintas empresas.

Para analizar los modelos que desde la década del ochenta vienen generando diversos estudios sobre el tema comenzaremos por el: "Intangible Assets Monitor (Sveiby, 1988-1997), este modelo se centra en la medición y gestión de los activos intangibles de la empresa, aportando una estructura del Capital Intelectual dividida en interna, externa y competencias; haciendo énfasis en el dinamismo de los activos intangibles al considerar indicadores de riesgo y de su capacidad de renovación y crecimiento. El aporte básico de este modelo es la diferenciación entre Capital Humano y Capital Estructural que se ha mantenido en todos los modelos posteriores.

Otro modelo es el de la Universidad West Ontario donde Nick Bontis en 1996, estudia la existencia de relaciones de causa - efecto entre los distintos elementos del Capital Intelectual y entre éste y los resultados empresariales. Por lo que se considera a partir de este modelo que los distintos bloques que lo forman se interrelacionan. El aporte de este modelo es que corrobora que el Capital Humano es un factor explicativo del resto de los elementos como son el capital estructural y relacional.

Otro aporte hace el profesor Hubert Sanit – Onge, responsable de la implantación del modelo de medición de Capital intelectual en el Canadian Imperial Bank, donde destaca la relación entre el aprendizaje organizacional con la medición del capital Intelectual.

El modelo Intellect analizado por el Dr. Eduardo Bueno Campos en año 1999, está compuesto por bloques, cada uno de los cuales, debe ser medido y gestionado con una dimensión temporal que integre el futuro.

**Capital Humano:** se refiere al conocimiento (explícito o tácito) útil para la empresa que poseen las personas y equipos de la misma, así como su capacidad para regenerarlo; es decir, su capacidad para aprender. El Capital Humano es la base de la generación de los otros dos tipos de Capital Intelectual. Una manera sencilla de distinguir el Capital Humano es que la empresa no lo posee, no lo puede comprar, sólo alquilarlo durante un periodo de tiempo.

**Capital Estructural:** en la medida en que el conocimiento latente en las personas y equipos de la empresa consiga ser explicitado, sistematizado, e internalizado por la organización, se puede hablar de Capital Estructural. De este modo, quedarían incluidos todos aquellos conocimientos estructurados, de los que depende la eficacia y eficiencia interna de la empresa: los sistemas de información y comunicación, la tecnología disponible, los procesos de trabajo, las patentes, los sistemas de gestión, etc. Por lo tanto, el Capital Estructural es propiedad de la empresa, queda en la organización cuando sus personas la abandonan. Un sólido Capital Estructural facilita una mejora en el flujo de conocimiento y trae como resultado una mejora de la eficacia de la organización.

**Capital Relacional:** se refiere al valor que tiene para una empresa el conjunto de relaciones que mantiene con el exterior. La calidad y sostenibilidad de la base de clientes de una empresa y su potencialidad para generar nuevos clientes en el futuro, son evidentemente cuestiones claves para su éxito, como también lo es el conocimiento que puede obtenerse de la relación con otros agentes del entorno (alianzas, proveedores, etc.). La importancia y peculiar naturaleza de los intangibles que se generan en la relación de la organización con el exterior llevan a considerarlos en este bloque de Capital Relacional.

La necesidad de medir y gestionar el conocimiento y los demás elementos intangibles de esta Sociedad del Conocimiento es manifiesta, y por esta razón es tan

importante conocer cómo las empresas están midiendo y gestionando estos intangibles.

Siempre se genera el dilema de como atribuir valor a los elementos que conformarían los activos del conocimiento o capital intelectual. Estudiando un detalle de los indicadores marcados en este modelo por Eduardo Bueno, que aunque ya tiene varios años de estudio es sustentable en el tiempo, como delimita los puntos de análisis para hacer un estudio objetivo de los Intangibles en las organizaciones.

Si consideramos la primera dimensión, el capital Humano, se haría un análisis de este elemento con "mapa de competencias actuales" que representa los conocimientos y habilidades que las personas poseen, así como los déficits que es necesario cubrir para el logro del desarrollo coherente de la estrategia marcada.

Los indicadores, que pueden servir de aproximación a la misma serían: competencias del personal, rotación, calificación en ciertos exámenes, años de experiencia en la profesión, puntuación en los índices de competencias comunes como idiomas, informática; capacidad de innovación de personas y equipos.

La dimensión del Capital Estructural se refiere a la forma que los líderes tienen de entender y gestionar su negocio (su empresa, sus clientes y sus empleados). Algunos ejemplos de filosofías de negocio son: Calidad Total, Aprendizaje Organizacional, etc. En este apartado se analizará en qué medida los líderes de la organización están realmente comprometidos con una determinada filosofía, estudiando los esfuerzos que se están haciendo para su implantación. A continuación se proponen algunos indicadores para su evaluación: tecnología de procesos, tecnología de producto, tecnología de la información, mecanismos de transmisión y comunicación, procesos de apoyo, procesos de captación del conocimiento, procesos de innovación, etc.

Con respecto a la última dimensión se refiere al conjunto de clientes que realmente estén proporcionando o proporcionarán ventajas para la empresa. Consecuentemente, la evaluación y medición de la base de clientes debe ir precedida de una descripción de la tipología de clientes de la empresa. Analizando: la base de clientes relevantes, lealtad, satisfacción de los clientes, procesos de apoyo y servicios al cliente, cercanía al mercado, alianzas estratégicas, notoriedad de marcas, proceso de servicio al cliente, capacidad de mejora, etc.

### **3- METODOLOGÍA**

La lectura crítica de los trabajos presentados en el apartado 2 y los estudios teóricos y empíricos sobre índices de divulgación realizados hasta la fecha por el equipo de investigación que aborda la problemática de la divulgación de información voluntaria sobre capital intelectual, considerando a los índices de revelación como soporte que concentra dicha información (Ficco & Bersía 2009 y 2012; Ficco & Sader 2014, a y b; Ficco, Aizpeolea & Renaudo 2014; Ficco, Bersia, Aizpeolea & Renaudo 2014; Ficco, García & Sader 2015; García, Ficco & Sader 2014 y 2015; Sader, Ficco & García 2012; Sader, Ficco, García & Martínez 2014; Sader, Ficco, García & Tissera 2013; Sader, Ficco, Tissera & García 2014; Sader, Tissera & Remedi 2014; Sader & Verón 2015); Activos Intangibles: problemática en la auditabilidad(2014) CORNA, CÓRDOBA, BELFANTI, JUAREZ; Los indicadores Cualitativos de Capital Intelectual y su tarea de aseguramiento(2015)CORNA, CÓRDOBA, BEFANTI, JUAREZ; Los Activos Intangibles generadores de valor en las Pymes Agropecuarios(2015) por Corna Darío, Córdoba Silvana, Belfanti Pía y Juarez Nadia; hacen que podamos formular la propuesta conceptual del apartado 4 y validar su consistencia interna.

#### **4- PROPUESTA CONCEPTUAL**

El capital intelectual es la combinación de activos inmateriales o intangibles que por más que no estén reflejados en los estados financieros generan actualmente o hacia el futuro un valor para la empresa que le permitirá contar con una ventaja competitiva sostenida. Por esta razón, las empresas para situarse en esa posición de ventaja, es necesario que revelen dentro de sus estados financieros información tal como:

- Conocimiento del personal.
- Capacidad para aprender y adaptarse.
- Relación con los clientes.
- Relación con proveedores.
- Marcas.
- Nombres de Productos.
- Procesos internos.
- Capacidad de I + D.

La revelación de la información mencionada permite a los usuarios de los estados financieros tener un conocimiento más acabado de la situación actual de la empresa.

El usuario que cuenta con información más detallada del funcionamiento de una entidad puede tomar decisiones más acertadas ya que cuenta con un mayor conocimiento de la empresa en su conjunto a la hora de decidir, convirtiéndose éste en la única fuente de ventaja competitiva duradera. Reconociéndose que la potencialidad de la empresa y los riesgos asociados a la misma no se pueden evaluar tomando como única referencia los activos tangibles (tradicionalmente reconocidos en el balance de la empresa), sino considerando también los elementos intangibles presentes en la empresa y la interrelación entre todos ellos.

## **5- PALABRAS FINALES**

En el trabajo expuesto se revela la existencia de capital intelectual dentro de las organizaciones y la necesidad que las mismas poseen en darlo a conocer para posicionarse con mayor ventaja frente a otras organizaciones. Es en este punto donde la contabilidad financiera asume el desafío, de dar a conocer a los usuarios de los estados financieros aspectos internos de la gestión del ente, los cuales otorgan valor agregado al mismo y permiten a los usuarios tomar decisiones con bases más certeras.

Citamos a Leif Edvinsson que hace una semejanza entre una empresa y un árbol. “Hay una parte que es visible (las frutas) y otra parte que es oculta (las raíces). Si solamente te preocupas por recoger las frutas, el árbol puede morir. Para que el árbol crezca y continúe dando frutos, las raíces deben estar sanas y nutridas. Esto es válido para las empresas: si sólo te preocupas de los resultados financieros e ignoramos los valores escondidos, la empresa no sobrevivirá en el largo plazo”.

## **6- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BUENO, E. (1998). El capital intangible como clave estratégica en la competencia actual. Boletín de estudios económicos, 53(164), 207-229.

BUENO, E. (2004). Fundamentos epistemológicos de dirección del conocimiento organizativo: desarrollo, medición y gestión de intangibles. Economía Industrial.

BUENO, E. (1999). Experiencias en medición del Capital Intelectual en España. El Modelo Intelect.

- CAÑIBANO, L. (2001). El IASC abre una puerta al reconocimiento de los intangibles. *Revista AECA* (54), 18-20.
- CEGARRA, J., & RODRIGO, B. (2005). Integración del conocimiento estratégico en el seno de la organización. *Revista de Economía y Empresa*, XXI (51), 39-55.
- CHOW, C. y WONG-BOREN, A. (1987): "Voluntary financial disclosure by Mexican corporations"; *Accounting Review*, Vol. 62, N° 3; pág. 533-541.
- EDVINSSON, L., & MALONE, M. S. (1997). *Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by finding its hidden brainpower*. New York: Harper Collins.
- FAMA, E. (1970); "Efficient capital markets: a review of theory and empirical works"; *Journal of Finance*, Vol.25, N° 2; pág. 383-417.
- FERNÁNDEZ, P. (1999). *Valoración de Empresas*. Barcelona: Ed. Gestión 2000.
- FICCO, C. & BERSÍA, P. (2009). Modelos matemáticos en la medición del capital intelectual. Ponencia presentada en las 24<sup>o</sup> Jornadas Nacionales de Docentes de Matemática de Facultades de Ciencias Económicas y Afines. UNSJ, Argentina.
- FICCO, C. & BERSÍA, P. (2012). El valor de la organización y los activos intangibles: información disponible en empresas cotizantes en el mercado de capitales argentino. Ponencia presentada en las XIX Jornadas de Intercambio de Conocimientos Científicos y Técnicos. UNRC, Río Cuarto, Argentina.
- FICCO, C. & SADER, G. (2014a). Abordajes metodológicos en el estudio de la divulgación de información voluntaria sobre activos intangibles de empresas cotizantes en el mercado de capitales argentino. Trabajo Presentado en las XXI Jornadas de Intercambio de Conocimientos Científicos y Técnicos. UNRC.
- FICCO, C. & SADER, G. (2014b). Divulgación de información voluntaria sobre actividades y recursos intangibles. Estudio empírico en empresas cotizantes argentinas. Ponencia presentada en las XXXV Jornadas Universitarias de Contabilidad". Universidad Católica de Cuyo, San Juan, Argentina.
- FICCO, C., AIZPEOLEA J. & RENAUDO, J. (2014). Relevancia de los activos intangibles para la valoración de las empresas cotizantes en el mercado de capitales argentino. Trabajo presentado en las XXI JICCyT, UNRC. Argentina.
- FICCO, C., BERSÍA, P., AIZPEOLEA J. & RENAUDO, J. (2014). Relevancia valorativa del patrimonio neto y del resultado contable en el mercado de capitales argentino. *Revista Visión Contable*. Enviado para publicar: 27/02/15. En prensa.

- FICCO, C., GARCÍA, G. & SADER, G. (2015). Aspectos clave en la revelación del capital intelectual en empresas cotizantes del mercado de capitales argentino. *Revista Visión Contable*, 11(Enero-Diciembre de 2013), pp. 330-362.
- GARCIA M., E. & SANCHEZ J.P. (2006). “Un estudio meta-analítico de los factores determinantes de la revelación de información”, *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, Vol. XXXV, Nº 132, pp. 761-788.
- GARCÍA, G. FICCO, G. & SADER, G. (2004). Revelación de información voluntaria sobre Capital Intelectual: factores explicativos en empresas cotizantes argentinas. *Revista Lebre* Nº6 – USTA Bucaramanga. Colombia
- GARCÍA, G., FICCO, C. & SADER, G. (2015). Revelación de información voluntaria sobre Capital Intelectual: factores explicativos en empresas cotizantes argentinas. *Revista Lebre*. Enviado para publicar: 03/12/14. Aceptado: 25/02/15.
- GINER, B. (1995); *La divulgación de información financiera: una investigación empírica*, Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, Madrid, España.
- LARRAN, M. y GINER, B. (2002); “Costes, beneficios y factores ligados a la política de divulgación de información financiera”, *Revista de Contabilidad*, Vol. 7, Nº 14, pág. 75-111.
- LEV, B. (2003). *Intangibles: medición, gestión e información*. Barcelona: Ed. Deusto.
- MERITUM, P. (2002). *Directrices para la gestión y difusión sobre intangibles (informe de capital intelectual)*. Fundación Airtel Móvil: Madrid. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones TIC (2011).
- NONAKA, I. (1991). *The knowledge-creating company*. Harvard business review.
- ROJO RAMÍREZ, A. (2007). *Valoración de Empresa y Gestión Basada en Valor*. Madrid: Ed. Paraninfo
- ROOS,J., ROOS, G., DRAGONETTI, N., & EDVINSSON, L. (2001). *Capital Intelectual: El valor intangible de la empresa*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- SADER, G. FICCO, C. & GARCÍA, G (2012). “El problema de la contabilidad y los intangibles: una mirada de acercamiento entre las perspectivas de la información y medición”. XXXIII Jornadas Universitarias de Contabilidad. UNT. En CD Room
- SADER, G. FICCO, C., GARCÍA, G. & MARTINEZ, N. (2014). “La contabilidad como generadora de valor a la luz de las teorías de la agencia y del mercado de valores eficiente: efectos en la valoración de empresas cotizantes. Análisis de caso”. XXI J. de Intercambio de Conocimientos Científicos y Técnicos”. 21p.

- SADER, G., FICCO, C., TISSERA, P. & GARCÍA, G. (2013). Divulgación voluntaria sobre el contexto, la empresa y sus planes de una empresa que cotiza en bolsa. Su incidencia en la explicación conceptual de las diferencias entre los valores de mercado y contable. Presentada en la XIX Cumbre de Alta Gerencia. Pinamar.
- SADER, G., TISSERA, P. & REMEDI, R. (2014). "Divulgación de información y capital intelectual relacional". XI Jornadas de I.y T. C. y Técnico. UNRC-FCE, p.20
- SADER, G.; FICCO, C., GARCÍA, G. & TISSERA, P. (2013). Presentación de información voluntaria y valor de la empresa: factores explicativos en empresas cotizantes en el mercado de capitales argentino". Ponencia en el marco de las XXXIV Jornadas Universitarias de Contabilidad. UNL. En CD room.
- SADER, G. & VERÓN, C. (2015) "La hipótesis de eficiencia del mercado y los índices de revelación sobre capital intelectual"- XXXVI Jornadas Universitarias De Contabilidad- V Jornadas Univ. Internacionales De Contabilidad. En CD Room.
- SANCHEZ MEDINA, A; MELIÁN GONZÁLES, A; HORMIGA PÉREZ, E. (2007); "El concepto del capital intelectual y sus dimensiones" Revista Internacional Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. Pp 97 – 111.
- VERON, C. (2009); *"Análisis Económico de los Negocios Conjuntos. Factores explicativos de la elección contable en el mercado español"*, Tesis Doctoral, Universitat de Valencia.
- VIANEY GOMEZ et al (2008). La divulgación de capital intelectual en internet: caso de las empresas colombianas. Revista Internacional Legis de Contabilidad y Auditoría. Pp. 161-189