

Divulgación de información voluntaria sobre capital intelectual en empresas cotizantes. Su aporte a la gestión

Año
2016

Autor
Sader, Gustavo

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

Sader, G., Verón, C. S. y Tissera, P. (2016). *Divulgación de información voluntaria sobre capital intelectual en empresas cotizantes. Su aporte a la gestión*. 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

**DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN VOLUNTARIA SOBRE CAPITAL
INTELLECTUAL EN EMPRESAS COTIZANTES. SU APOORTE A LA GESTIÓN**

SADER, GUSTAVO. AUTOR Y EXPOSITOR

VERÓN, CARMEN STELLA. AUTORA Y EXPOSITORA

TISSERA, PABLO. AUTOR

Auspician



Adhieren



DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN VOLUNTARIA SOBRE CAPITAL INTELECTUAL EN EMPRESAS COTIZANTES. SU APOORTE A LA GESTIÓN

PALABRAS CLAVE: CAPITAL INTELECTUAL- DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN VOLUNTARIA- CONTABILIDAD FINANCIERA- GESTIÓN EMPRESARIAL

1- INTRODUCCIÓN

2.1. Problema

Si bien no se trata de un trabajo con base empírica, se puede partir del siguiente cuestionamiento: ¿la divulgación de información voluntaria sobre las dimensiones del capital intelectual constituye un instrumento de creación y transferencia, o en su caso, de destrucción de valor?

2.2. Objetivos

Mostrar la relación existente entre la divulgación de información voluntaria sobre las dimensiones del capital intelectual y la gestión empresarial en términos de valor.

2.3. Justificación

La determinación del “valor” de una organización ha pasado a ser una herramienta para la toma de decisiones que sirve para medir, como señala Fernández (1999), el impacto de distintas políticas de la organización en la creación, transferencia y destrucción de valor. Constituye así en un importante instrumento de gestión (Rojo Ramírez, 2007) que permite evaluar el desempeño global de una organización por medio del valor que la misma gestiona y crea. El aludido valor de la organización, no sólo es creado internamente, sino también con el contexto.

En un contexto de empresas que cotizan en bolsa, toda la información divulgada respecto de la situación actual y el devenir de la empresa en término de expectativas basadas en la gestión de su capital intelectual, es absorbida por el mercado modificando las expectativas de los stockholders e indirectamente el precio de las acciones, generando valor a la organización. Mucho más valor se le da a aquella información que la empresa revela voluntariamente pues expone a la empresa a la mirada de los interesados internos, como externos (stock y stakeholders).

En este trabajo, consideramos que dicha información es revelada voluntariamente en la memoria y en la información complementaria (notas) de los estados contables de las empresas que cotizan en bolsa.

2- MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación

El conocimiento sobre las organizaciones es un aspecto clave íntimamente ligado al valor de las organizaciones, mientras más se socialice tanto al interior de las mismas, como al resto de los usuarios externos (stock o stakeholders), más va a influir en la creación, transferencia o destrucción del valor.

Según Vianey y Maldonado (2012, p.70), cuando en una organización interactúa el conocimiento organizacional con sus recursos tangibles e intangibles, se crean elementos diferenciadores que son conductores de valor, la mayoría de ellos, intangibles. De esto surge claramente, que el conocimiento está relacionado con el capital intelectual de las empresas, y éste con el conjunto de intangibles comprados y autogenerados por ellas. Este conjunto de intangibles que crea valor a la organización es conocido como capital intangible o capital intelectual. La acepción activos intangibles es criticada, dado que la contabilidad financiera no reconoce a muchos de ellos como activos, a la par que muchos de ellos no tienen características de activos, sino de actividades generadoras de valor.

En el mismo sentido Vianey y Maldonado (2012) indican que para Bueno (2004) el conocimiento individual se transforma en colectivo en la medida que es transmitido mediante el lenguaje oral, escrito, con códigos, signos, etc, y el conocimiento organizacional se genera por la interacción entre los conocimientos tácito y explícito (Nonaka & Takeuchi, 1995), aunque para que este conocimiento cubra toda la organización es necesaria la concurrencia de medios adicionales a la interacción directa de los individuos (Valhondo, 2003). De esta forma los autores consideran que la divulgación de información voluntaria es uno de esos medios. Para que exista conocimiento organizacional es imprescindible que interactúen los conocimientos de las personas (individuales y colectivos) con los conocimientos explícitos (internos y externos) y que se produzcan sinergias de estos conocimientos con varios elementos existentes dentro y fuera de la organización (Cegarra & Rodrigo, 2005).

El conocimiento implica entonces un nuevo desafío para la contabilidad financiera, ya que la teoría organizacional reconoce que la diferencia de recursos y

capacidades entre empresas se convierte en ventaja competitiva y diferenciadora, determinando el valor de la firma (Barney, 1991).

En las empresas cotizantes la diferencia entre el valor contable y el valor de mercado configura la brecha donde el capital intelectual comienza a desempeñar un rol preponderante. Así Nonaka (1991), Edvinsson y Malone (1997), Sveiby (1997), Roos et al.(2001) y Lev (2003) consideran que ese valor de mercado está dado por la interacción de dos capitales: el físico y financiero por un lado, y el capital intelectual por el otro.

Por su parte Cañibano (2001) señala que estas diferencias se generan porque:

- los libros no reflejan el verdadero valor patrimonial de la empresa,
- la valoración de las acciones se considera como un proceso totalmente eficiente,
- desconocer los activos intangibles del Balance General y,
- estimar el valor de los intangibles independiente de los tangibles, como si los primeros pudieran crearse sin la participación de los segundos.

Desde una perspectiva práctica Edvinsson y Malone (1997) y Bueno (2004) distinguen tres grandes clasificaciones del capital intelectual y en torno a los cuales existe cierto consenso: capital humano, capital relacional y capital estructural. En este sentido Vianey Gómez *et al* (2005) consideran que en las empresas que cotizan en bolsa, el punto de partida para explicar la presencia e importancia de los intangibles, es la diferencia existente entre el valor de mercado de las acciones y su valor en libros, agrupando esas diferencias en las tres categorías mencionadas, a saber:

- El *capital humano*, surge como expresión del conocimiento individual y grupal de los individuos de una organización y a su capacidad para gestionar el conocimiento. En particular, se refiere a las competencias individuales de los recursos humanos; las que según Edvinsson y Malone (1997), la organización es incapaz de apropiarse.
- El *capital estructural* surge como expresión del conocimiento explicitado, sistematizado y apropiado al interior de la empresa, o sea a la generación de redes internas de conocimiento. A decir de Roos *et al* (2001) el valor del capital humano se origina a partir de la competencia, actitud y agilidad intelectual de los empleados. Bontis (1996), lo define como aquellos

mecanismos y estructuras de la organización que pueden servir de soporte a los empleados para optimizar su rendimiento intelectual y, con ello, el rendimiento empresarial en su conjunto.

- El *capital relacional* se refiere a la red de relaciones con sus stakeholders. Comprende tanto las relaciones de la empresa con terceros como las percepciones que éstos tengan de la compañía (Meritum, 2002).

Meritum (2002) considera al capital intelectual como el conjunto de capacidades (saberes y competencias) que posee una empresa y las actuaciones que esta desarrolla con el fin de adquirir o producir internamente recursos intangibles y mantener o mejorar los ya existentes. En el mismo sentido indica que los intangibles pueden clasificarse en “recursos” y “actividades” intangibles, según tengan el carácter de estático o dinámico. El *recurso intangible* (noción estática) puede o no ser expresado en términos financieros y es el stock o valor actual de un intangible determinado en un momento dado de tiempo. En tanto que una *actividad intangible* (noción dinámica) es una acción que implica la asignación de recursos destinados a: a) adquirir o desarrollar internamente nuevos recursos intangibles, b) aumentar el valor de los recursos ya existentes, o c) evaluar y controlar los resultados de los dos tipos de actividades anteriores.

Finalmente la relación entre los capitales tangibles e intangibles con el valor de mercado de una empresa, está dado por la interacción de dos capitales, el físico y financiero de un lado, y el capital intangible o intelectual de otro de acuerdo con Nonaka, 1991; Edvinsson y Malone., 1997; Sveiby, 1997; Roos *et al.*, 2001 y Lev, 2003.

2.2. Antecedentes

La presente ponencia se enmarca en el Programa de Investigación (2016-2018), titulado: “Intangibles y generación de valor. Relevancia para la valoración y para la gestión de las organizaciones”, aprobado por la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad Nacional de Río Cuarto; y el Proyecto de Investigación (2016-17), titulado: “El capital intelectual y los intangibles reconocidos y no reconocidos por la contabilidad financiera: análisis normativo y de relevancia valorativa”, aprobado por

el Instituto de Investigación de la Universidad Nacional de Villa María, ambos dentro del Programa Nacional de Incentivos.

Antecedentes doctrinarios

La hipótesis de eficiencia de mercado (HEM) o teoría de los mercados eficientes, es una extensión de la teoría microeconómica en lo referente al comportamiento del mercado. En este sentido Giner y Mora (1995, pág.79) consideran que Samuelson (1965) fue uno de los primeros en formular de manera rigurosa una teoría sobre el funcionamiento eficiente del mercado pero es Fama (1970) quien combina la teoría y la evidencia empírica para poder efectuar contrastes más rigurosos de la teoría propuesta. De esta forma el autor considera que las condiciones de un mercado eficiente son: a) la inexistencia de costos de transacción, b) la disponibilidad de toda la información para los participantes del mercado a costo cero, y c) los participantes del mercado están de acuerdo sobre el precio actual y sus implicancias. En concreto Fama (1970, pág. 384) es quien acuña el término de “mercado eficiente” y establece que en este tipo de mercados los precios reflejan íntegramente toda la información disponible sobre ellos. En un trabajo posterior Fama (1991) afirma que la hipótesis de eficiencia de mercado se basa en que los precios de los títulos del mercado reflejan toda la información disponible sobre ellos, siendo la precondition de esta hipótesis que los costos de información y de negociación, los costos de transacción en términos generales, han de ser siempre cero o nulos. Desde esta perspectiva se considera que no es posible superar los resultados del mercado excepto a través de la disposición de información privilegiada. En otras palabras, los precios reflejan íntegramente toda la información disponible sobre ellos, siendo las condiciones implícitas para este comportamiento: inexistencia de costos transaccionales, disponibilidad y gratuidad en el acceso a la información, y existencia de un número suficientemente grande de participantes que procesen la información. Aunque estas condiciones no estén presentes en la práctica, son condiciones suficientes (no necesarias), para la eficiencia del mercado.

La cantidad de información disponible para los participantes del mercado permite clasificar la eficiencia de mercado en tres niveles (Fama 1970): débil, semifuerte y fuerte. La eficiencia del mercado es débil cuando los precios de los títulos reflejan solamente información ya contenida en ellos. Los precios que reflejan toda la información pública, principalmente de naturaleza contable, configura una eficiencia semifuerte del mercado. Finalmente cuando los precios del mercado reflejan toda la

información, tanto pública como confidencial o privada, se considera que la eficiencia del mercado es fuerte.

En investigaciones anteriores (Sader, Ficco, Martínez & García, 2014), se abordan las teorías que justifican o explican el comportamiento de la empresa de divulgar información voluntariamente: Teoría de la Agencia, Teoría de la Señal y Teoría de los Costos Políticos. Según estas teorías la divulgación voluntaria de información por parte de las empresas se puede considerar no sólo como un instrumento para reducir posibles conflictos de intereses, sino también como un mecanismo para señalar al mercado la mejor posición relativa de una empresa frente a las demás (García & Sánchez, 2006). De allí, que resulte relevante el rol tanto de la contabilidad financiera, como de la propensión a divulgar por otros medios, por cuanto la cantidad y calidad de información se envía como señal, contribuyendo a un más eficiente funcionamiento del mercado.

Otro punto a destacar es que la divulgación de información actual o potencial, se convierte a nuestro entender, en un eje central del denominado “capital intelectual relacional”, pues vincula a la organización con los agentes externos que la rodean (stakeholders). De esta forma la divulgación de información voluntaria sobre capital intelectual configura una política de las empresas vinculada a la estrategia gerencial y por ende considerada como una variable más de ese capital relacional. En Sader, Tissera & Remedi (2014) determinamos ciertos atributos de la información voluntaria tales como espontánea, vinculatoria, reaccionaria e imparcial, que naturalmente reafirman esa relación. Entonces naturalmente surge la pregunta ¿cuál es la herramienta para analizar el nivel de divulgación de información voluntaria? La respuesta más integral a esa pregunta es los denominados índices de divulgación.

En este sentido Verón (2009) considera que el uso generalizado de índices de revelación para medir la información divulgada por las empresas responde a la necesidad de medir la cantidad de información lo que suele entenderse como un indicador de su calidad. Los índices más utilizados son los que miden la cobertura o alcance de la información reportada a través de un listado de ítems o categorías informativas, diseñados por los investigadores (Cooke 1989, Giner 1995 y 1997a, Botosan 1997, Larrán y Giner 2002), elaborados a partir de cuestionarios a usuarios para identificar los ítems relevantes (Chow y Wong-Boren 1987), publicados por analistas (Center for International Financial Analysis and Research CIFAR, Standard and Poors S&P) o prensa especializadas (Actualidad Económica). La cantidad de

ítems que conforman el índice es una decisión del investigador así como su ponderación o no.

A partir del análisis de las bases teóricas de la divulgación, la relación directa que existe entre la política gerencial respecto de la divulgación voluntaria con la concepción de capital relacional, su medición a través de los índices de divulgación sobre la concentración de aspectos que conforman las tres dimensiones del capital intelectual; unida a la experiencia previa del equipo de investigación nos permite formular las proposiciones teóricas que presentamos en el apartado 4.

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), permiten enunciar la propuesta conceptual del apartado 4 y validar su consistencia interna.

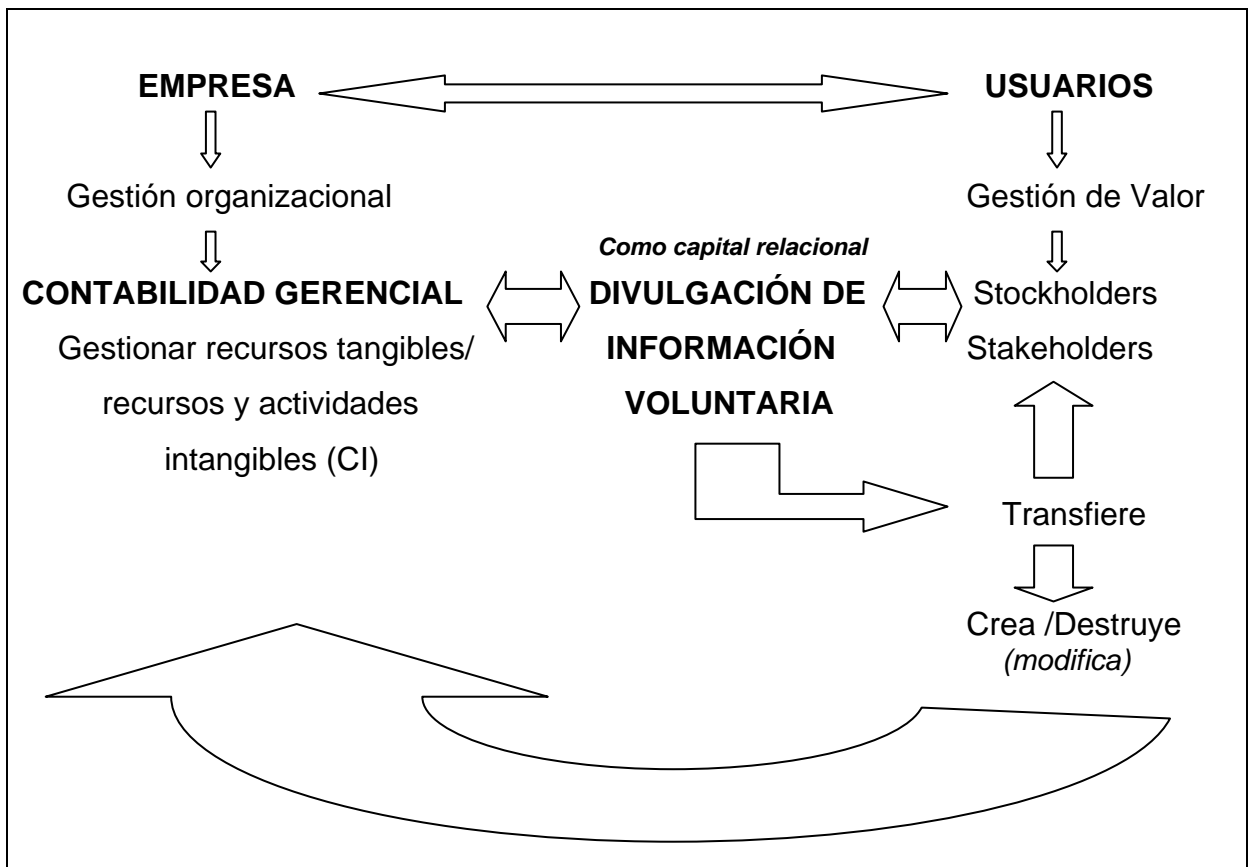
4- PROPUESTA CONCEPTUAL

La teoría de las organizaciones nos induce a pensar que la gestión de los diferentes recursos materiales e inmateriales depende de la misma gestión del capital intelectual, o sea del recurso humano. El capital intelectual parte del concimiento individual y colectivo de la organización, y por ende el conocimiento explícito o tácito genera, transfiere o modifica el valor de la empresa de acuerdo a cómo se lo gestione. En ese orden de cosas, la política de divulgación de información voluntaria sobre capital intelectual, y particularmente en empresas que cotizan en bolsa, forma parte de la gestión de acuerdo con las investigaciones realizadas por el equipo de investigación.

Dentro de las dimensiones del capital intelectual (humano, estructural y relacional), dicha política se encuentra dentro de las variables del denominado capital relacional,

ya que implica una de las tantas maneras de relacionarse que tiene la empresa con sus stockholders y stakeholders, transfiriéndoles valor a través de las decisiones que tomen a través de esa información divulgada, y dichas decisiones pueden modificar el valor que se transforman en una retroalimentación hacia la empresa, y así el ciclo vuelve a comenzar. En el cuadro que presentamos a continuación se grafica este proceso.

PROPUESTA CONCEPTUAL



Fuente: elaboración propia.

Esto implica un desafío para la contabilidad financiera, en la revelación de aspectos relacionados con recursos y actividades intangibles, que no necesariamente implican una cuantificación. El relato contable, no se restringe a las antiguas funciones de reconocer, medir y valorar, ahora pretende informar cuáles son las actividades generadoras de valor en términos actuales o de perspectivas futuras; y a la par de utilizar recursos numéricos o cualitativos, se hace necesario también, medir recursos intangibles comprados e identificar a los autogenerados.

5- PALABRAS FINALES

En este trabajo se relacionan e interrelacionan en una visión sistémica la concepción de valor y su relación con los recursos y actividades intangibles; y dentro de estas últimas, la divulgación de información como un intangible más dentro del denominado capital intelectual relacional, que vincula a las empresas, y particularmente a las que cotizan en bolsa, con sus stock y stakeholders generando transferencia de valor a los mismos, y por ende, a través de sus decisiones la generación o destrucción de valor de las mismas.

Este es un gran desafío de la contabilidad financiera, que al descubrir aspectos internos de la gestión del ente y alcanzarlos a los usuarios, se genera una interrelación directa con la contabilidad gerencial y le otorga valor agregado.

En el mundo del conocimiento atesorarlo no es mejor que compartirlo, medirlo no es mejor que revelarlo y crearlo, implica necesariamente transferirlo.

6- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARNEY, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*.
- BONTIS, N. (1996). There's a price on your head: Managing intellectual capital strategically. *Business Quarterly*, Summer.
- BOTOSAN, C. (1997); "Disclosure level and the cost of equity capital", *Accounting Review*, Vol. 72, Nº 3, pág. 323-349.
- 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*.
- BUZBY, S. (1975). "Company size, listed versus unlisted stocks, and the extent of financial disclosure", *Journal of Accounting Research*, spring, pp. 16-37.
- 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, Nº 3; pág. 533-541.

- COOKE, E. (1989); "Disclosure in the corporate annual reports of Swedish companies"; *Accounting & Business Research*, Vol.19, N° 74 pág. 113-124
- 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.
- FAMA, E. (1991); "Efficient capital markets II"; *Journal of Finance*, Vol.46, N° 5; pág. 1575-1617.
- 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^o 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.
- GINER, B. (1997a); "The influence of company characteristics and accounting regulation on information disclosed by Spanish firms", *European Accounting Review*, Vol. 6, Nº 1, pág. 45-68.
- GINER, B. y MORA, A. (1995); "Análisis crítico de la eficiencia del mercado de capitales en relación con la información contable", *Revista de Contabilidad y Tributación*, Nº 144, pág. 75-122.
- 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.
- NONAKA, I. & TAKEUCHI, H. (1995). *The knowledge*. New York: Oxford University.
- 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.
- SAMUELSON, P. (1965); “Proof and properly anticipated prices fluctuate randomly”, Sloan Management Review, Spring, pág. 41-49.
- SVEIBY, K. E. (1997). The Intangible Assets Monitor. Journal of Human Resource, Costing and Accounting.
- VALHONDO, D. (2003). Gestión del conocimiento: del mito a la realidad. Madrid: Ediciones Díaz Santos S.A.
- 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
- VIANEY G.J., J. & MALDONADO, G.S. (2012). Tendencias de la divulgación de información sobre capital intelectual en Colombia. Revista Economía, Gestión y Desarrollo. Cali (Colombia) N°. 14 pp. 65 – 83