

*Cruzando Fronteras:
Tendencias de Contabilidad Directiva para el Siglo XXI*



UNA POLÉMICA EN LA NUEVA ECONOMÍA: EL CAPITAL INTELECTUAL

Cra. Carolina Asuaga

Cra. Cecilia Cabral

Cra. Gabriela Valverde

Coordinación: Cra. Manon Lecueder

Asociación Uruguaya de Costos

Facultad de Ciencias Económicas y Administración

Universidad de la República, Gonzalo Ramírez 1926 , Montevideo .

República Oriental del Uruguay

E-mail: grupoa@aurco.org.uy

Resumen

El trabajo que hemos desarrollado pretende aportar elementos para ahondar en el estudio del capital intelectual; activo intangible que ha marcado, en la nueva economía, una importancia relevante en la creación de valor de las organizaciones.

Para ello, expondremos primeramente, definiciones que diversos autores han vertido, en las últimas décadas, sobre los conceptos de *conocimiento*, *aprendizaje*, *gestión* y *capital intelectual*.

A partir de lo cual, analizaremos la influencia que, desde el punto de vista competitivo, tiene una eficiente *gestión del conocimiento* en el incremento de valor de una organización reflejada en la medición del capital intelectual.

Dejamos finalmente planteada nuestra creencia en la necesidad de incluir como anexo a los Estados Contables, indicadores mínimos que le permitan al usuario externo, ponderar el Capital Intelectual de las organizaciones.

Palabras Claves: Conocimiento, Gestión, Capital Intelectual



**VII Congreso del
Instituto Internacional
de Costos**



UNIVERSIDAD DE LEÓN



**II Congreso de la
Asociación Española de
Contabilidad Directiva**

1. Introducción

A la hora de efectuar una inversión, se manejan diversas variables, y se seleccionarán los portafolios, sobre la base de consideraciones externas e internas al ente objeto de la inversión.

Serán elementos externos los que vinculan a la empresa con el medio, tales como posicionamiento en el mercado, credibilidad de la empresa, experiencia acumulada, riesgo país, así como otras variables subjetivas, que en muchos casos son de difícil identificación y compleja cuantificación. También incluimos como factor externo la aversión al riesgo del inversor. Pero también serán tenidos en cuenta elementos internos del ente objeto de estudio, estos son indicadores económicos, financieros y contables.

Al momento de tomar una decisión, y en la medida que disponga de diversas alternativas, el inversor va a efectuar comparaciones; para que estas sean posibles, tenemos que homogeneizar criterios. Solo se pueden comparar índices, ratios, resultados y valores patrimoniales, si la base en las que estos están expresados es coincidente.

El mercado de capitales, desde su inicio en la Edad Media, mostraba un crecimiento sistemático. Esa curva de crecimiento posee, en los últimos años, una pendiente notoriamente más empinada, tendencia que pensamos continuará incrementándose.

En la medida que la oferta de capitales es cada vez más amplia, que las empresas que cotizan en bolsa tienen su origen en países de variadas realidades económicas, se hace imprescindible una armonización internacional en cuanto a los criterios contables a emplear.

Los organismos emisores de normas contables han reconocido esta realidad, y se observa, en la evolución de las Normas Internacionales de Contabilidad, un objetivo último de lograr una uniformidad de criterios, para así posibilitar la comparación de información contable de diferentes organizaciones.

Asimismo, se puede notar una tendencia hacia lo conservador, procurando una transparencia contable que tiene como finalidad proteger al usuario externo de los Estados Contables.

Paradójicamente, a medida que las normas contables se tornan más precisas, y los Estados Contables tratan de reflejar con más exactitud la realidad económica, financiera y patrimonial del Ente, se pone de manifiesto una no-correspondencia entre esa realidad patrimonial determinada sobre la base de técnicas contables y el valor de mercado del Ente.

Existen diversos ejemplos de lo antedicho, con diferencias de valuación tan importantes, que se hace muy compleja su justificación.

Netscape, la multinacional de software informático, reflejaba en sus Estados Contables un patrimonio de 17 millones de dólares cuando comenzó a cotizar en Bolsa. Al final de la primer jornada, la pizarra de Wall Street indicaba un valor de 3 billones de dólares por el total del paquete accionario.

Queda cuestionarse, cuál es la naturaleza de ese valor adicional, que es percibido por el mercado pero no es considerado por la contabilidad.

Parece obvio, que los elementos que nos posibilitaron las mediciones contables desde hace más de medio siglo, se ven hoy desbordados a la hora de cuantificar un nuevo tipo de empresas que ha proliferado en los últimos años.

Cuando el mercado fija el precio de las acciones de una organización, no considera solamente las variaciones en las ventas o los ratios de resultados, sino que toma en cuenta informaciones no financieras que reflejan expectativas de rentabilidad de los inversionistas.

Queda claro que el valor de empresas como *McDonald's*, *Microsoft* o *Tea Deloitte* está dado por la clase de activos intangibles que manejan, y el mismo difiere sustancialmente del valor reflejado en los Estados Contables.

En muchas de estas organizaciones, vemos una inversión, sistemática y sostenible en investigación y desarrollo, así como gastos cuantiosos en capacitación a los empleados.

Bill Gates, reveló a la revista *Times* el secreto del éxito de *Microsoft*: “Nosotros ganamos porque seleccionamos el personal más inteligente, desarrollamos nuestros productos sobre la base de la retro-alimentación hasta lograr lo mejor, realizamos seminarios cada año, para intentar descifrar para dónde se dirige el mundo”.

¿Es esa política de gestión la que el mercado premia a la hora de fijar el precio de las acciones de *Microsoft*?

¿Son los recursos humanos con los que cuenta una organización, un factor diferencial a la hora de decidir efectuar una inversión?

¿Es lo mismo el nombre, prestigio y clientela de *McDonald's*, que el de otra cadena de *fast food*?

¿Son éstos los factores que llevan a diferencias irreconciliables entre el valor en libros de un Ente y su valor de mercado? ¿Es esa diferencia de valor lo que algunos autores denominan **capital intelectual**?

2. Conocimiento, aprendizaje, gestión del conocimiento

Previo al desarrollo de nuestro análisis, es necesario introducir una serie de expresiones que nos conduzcan a formar la idea de Capital Intelectual y faciliten la construcción de este concepto difícilmente enmarcable en un dominio objetivo y estático.

Citaremos a Karl Wiig, que en “Knoweldge Management Foundation” expresa que “los conocimientos se componen de verdades y creencias, perspectivas y conceptos, juicios y expectativas, metodología y know-how”. Podemos apreciar que el conocimiento esta compuesto por elementos tanto intrínsecos como externos, que juntos iniciarán el proceso de aprendizaje.

En un Ente, el conocimiento organizativo depende, también de la capacidad de compartir, para que ese generador de valor se difunda a una velocidad necesaria para interpretar y afrontar nuevas situaciones.

Por gestión del conocimiento se entiende “la función que planifica, coordina y controla los flujos de conocimientos que se producen en la empresa en relación con sus actividades y con su entorno con el fin de crear unas competencias esenciales”¹.

Esta función presenta dos marcadas características: el dinamismo y la sistematización, ya que se basa en flujos de conocimientos que constituyen el input a un sistema en el que sufrirán una transformación, generando como resultado un nuevo conocimiento, esto es, competencias esenciales. Desde un punto de vista estático, la valoración de este resultado es el Capital Intelectual.

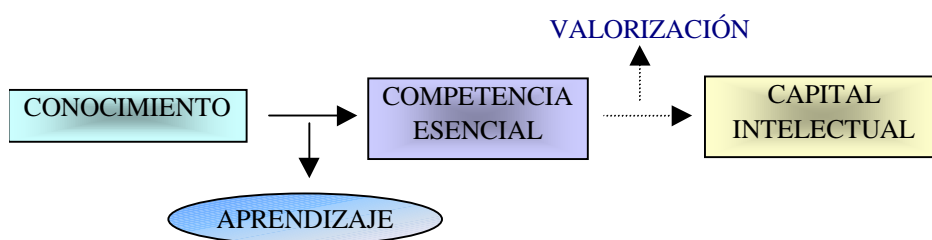


Figura 1. Relaciones entre conceptos

¹ Bueno Campos, Eduardo. Euroforum Escorial. “Gestión del Conocimiento, Aprendizaje y Capital Intelectual”

3. Distintas concepciones de Capital Intelectual

Es cierto que este activo intangible ha existido desde siempre y en todo tipo de organización. Mas, en las últimas décadas, las empresas que desarrollan sus actividades en un entorno con valores inmateriales, altamente competitivo y globalizado, se han visto en la necesidad de buscar una explicación a la generación de este valor para su desarrollo. En tal sentido, han surgido autores y consultores, que han intentado plasmar una definición a tal concepto.

Lo primeros aportes han venido de la mano de Thomas Stewart, que en su libro “La Nueva Riqueza de las Organizaciones: el Capital Intelectual” define a este intangible como la suma de todos los conocimientos que poseen los empleados de una empresa y que le dan una ventaja competitiva.

Sin embargo, el potencial de los empleados no es únicamente lo que hace que la empresa crezca en conocimiento. Debemos tomar en cuenta que el conocimiento de una persona es intrínseco y por lo tanto, cuando ya no trabaje, ese conocimiento se irá con él.

En esa misma dirección, Johan Roos, afirma que más allá de los empleados, existe una infraestructura que hace posible desarrollar ese conocimiento. Y agrega que forma parte del concepto de Capital Intelectual las relaciones con los clientes, la motivación de los empleados y otros procesos para potenciar estos activos.

Para Eduardo Bueno, es una medida de valor generado en un momento del tiempo, un fondo variable que permite explicar la eficacia del aprendizaje organizativo y, por lo tanto, permite evaluar la eficiencia en la gestión del conocimiento.

Otra contribución al tema lo da FMAC (Financial and Management Accounting Committee) refiriéndose al Capital Intelectual como un sinónimo de propiedad intelectual, activos intelectuales y/o conocimientos intelectuales.

Si comparamos a la organización empresarial con un edificio de apartamentos, diferenciamos claramente dos estructuras: una visible, que serían los estados contables tradicionales; y otra oculta, los cimientos, asimilable al valor intangible.

Las similitudes están dadas en que si bien, un edificio necesita fuertes cimientos para mantener la estabilidad, estos deben tener la flexibilidad suficiente como para adaptarse a los movimientos del entorno. A su vez, lo que apreciamos en su parte visible es la armonía de sus formas y la decoración, pero no nos dará señales claras y precisas de cuan firme está su estructura. Una institución crecerá y obtendrá buenos resultados si gestiona de

manera acertada sus activos intangibles, necesitando a su vez de una flexibilidad que le permita adecuarse a los vertiginosos cambios de la nueva economía.

Representamos esta figura a través del siguiente cuadro.

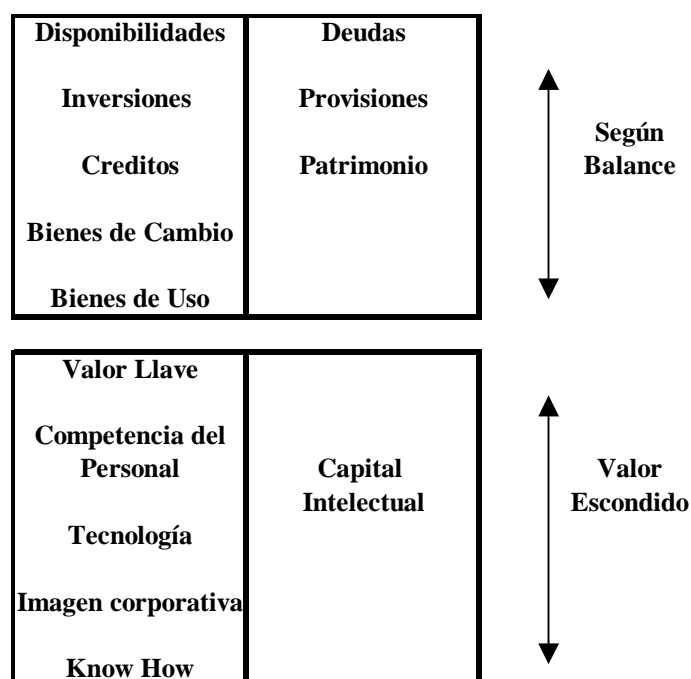


Figura 2. Estados Contables y Capital Intelectual

La capacidad de identificar, auditar, medir, incrementar y en definitiva, gestionar estos activos intelectuales es un factor determinante en el éxito de las empresas de nuestro tiempo.

Por este motivo, a continuación, expondremos los componentes que integran el concepto de Capital Intelectual, enmarcados de diferentes formas según las ópticas de los autores que han investigado este campo de estudio.

4. Identificación y clasificación de Capital Intelectual

Una de las clasificaciones más sencillas divide a los Activos Intangibles en tres vertientes: la estructura externa, la estructura interna y la competencia personal².

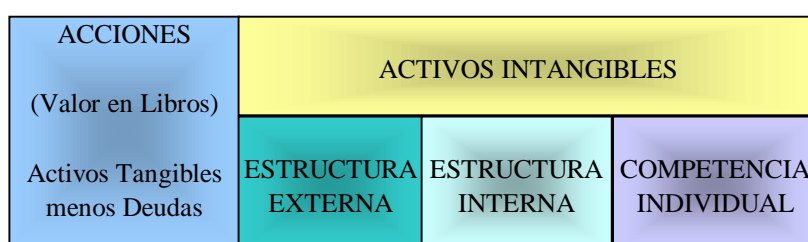


Figura 3. Monitor de activos intangibles

- ❖ Competencia Individual o capital humano es la capacidad de los empleados de una empresa de generar activos tangibles e intangibles, en los que vuelcan su capacidad, educación y valores individuales. Como característica a resaltar, la empresa contrata el uso de este activo, ya que el mismo no es propiedad de la organización.
- ❖ Estructura interna son elementos que conforman la estructura organizativa. Incluye patentes, marcas, conceptos, cultura, proceso organizacional y los sistemas de información. De la interacción entre la competencia personal y la estructura interna resulta el modo como la organización actúa en el mercado. Estos activos son de propiedad de la empresa y pueden ser, en algunos casos, protegidos por leyes de propiedad intelectual y/o industrial.
- ❖ Estructura externa comprende entre otros, factores como el relacionamiento con el cliente (fondo de comercio) y los proveedores y la imagen de la empresa. Es importante tener en cuenta que las inversiones efectuadas en la estructura externa no pueden ser acompañados de un modo tan eficaz como lo podremos hacer en la estructura interna.

² Sveiby, Karl Erik. "The New Organisational Wealth: Managing and Measurement Knowledge – Based Assets" (1997)

Una segunda clasificación es la que propone Annie Brooking, quien separa al Capital Intelectual en cuatro categorías: activos de mercado, activos de propiedad intelectual, activos basados en humanos y activos en infraestructuras³.

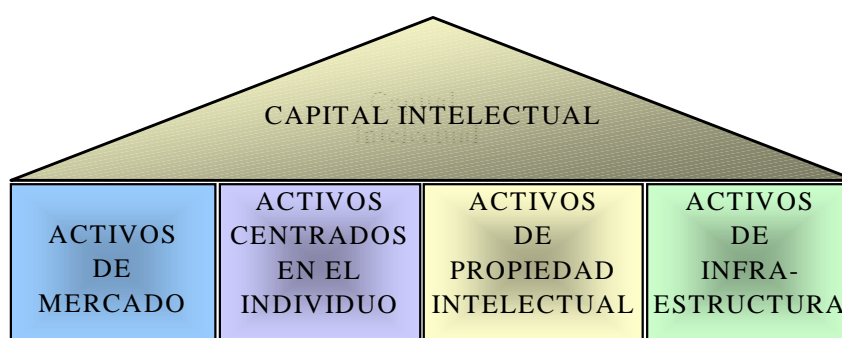


Figura 4. Componentes del Capital Intelectual

- ❖ Activos de mercado: son los elementos que proporcionan una ventaja competitiva en el mercado. Ejemplos de ellos: marcas, nombre de la empresa, grado de fidelidad de la clientela, cartera de encomiendas, canales de distribución, licencias obtenidas, etc.
- ❖ Activos de propiedad intelectual: están incluidos elementos como el *know-how*, el *Copyright*, los secretos de fabricación y comerciales y las patentes.
- ❖ Activos de Infraestructura: incluyen activos como, la filosofía de gestión, la cultura empresarial, los procesos de gestión, la tecnología de información, las relaciones financieras y los sistemas de comunicación interna.
- ❖ Activos centrados en los individuos: incluyen elementos como el nivel, formación académica, las calificaciones profesionales, habilidad para resolver problemas, liderazgo y capacidad creativa. La característica de estos activos es que no son propiedad de la empresa.

³ Brooking, Annie. "Intellectual capital. Core asset for the third millennium enterprise" (1997)

Uno de los principales aportes al tema lo han efectuado Leif Edvinsson y Michael Malone. En su libro “Intellectual Capital – Realizing Your Company’s True Value by Finding Its Hidden Brainpower” realizan una detallada apertura de la composición del Capital Intelectual en Capital Humano y Capital Estructural, que a su vez se divide en Capital Relacional y Capital Organizativo. El Capital Organizativo puede descomponerse en Capital de Procesos y Capital de Innovación.

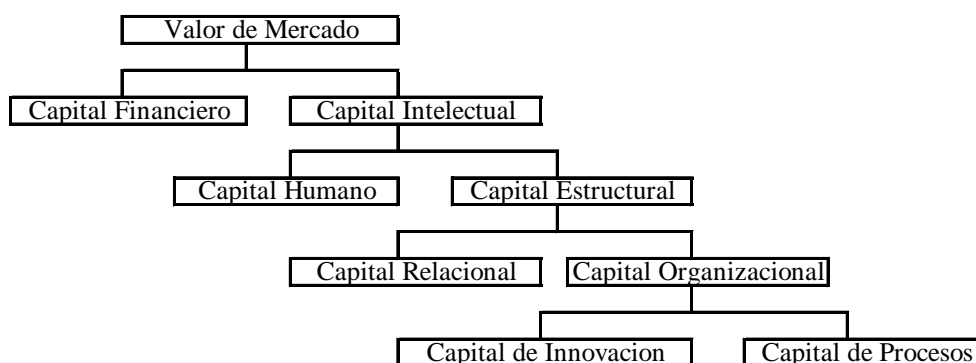


Figura 5. Clasificación de Capital Intelectual

El capital humano es el conocimiento poseído por la organización y también la capacidad existente para regenerarlo, o sea, capacidad de aprendizaje. En el capital estructural están incluidos los sistemas de información, bases de datos, software de tecnologías, conceptos que forman el Capital Organizacional. El capital relacional es el valor poseído por la empresa debido a las relaciones que se mantienen con el exterior, clientes y proveedores.

El conocimiento organizativo puede ser tácito y explícito. El conocimiento tácito es aquel que reside en la mente de los individuos y se caracteriza por decodificar, formalizar y transmitir. El explícito, en cambio es el que se transmite mediante lenguaje formal y sistemático.

5. Medición del Capital Intelectual

El Capital Intelectual puede verse afectado por distintas realidades organizacionales, tanto internas como externas. Por ello es que no existe un indicador universal que permita medir este activo.

En la búsqueda de metodologías y modelos que contribuyan a mejorar la capacidad de gestión del Capital Intelectual, se han realizado en los últimos años numerosos esfuerzos.

Presentamos a continuación, diferentes herramientas que llevarán a poder valuar el mismo, dependiendo del entorno y de las necesidades de los usuarios.

5.1 Cuadro de Mando Integral o Balanced Scorecard

Kaplan y Norton tomando como antecedente los estudios realizados por Ernest & Young desarrollaron el modelo denominado “Balanced Scorecard” o “Cuadro de Mando Integral”⁴.

Parten del concepto de *stakeholders*, grupos de individuos (empleados, clientes e inversores) que tiene un interés común puesto en la empresa. Para que la misma crezca en valor, deberá satisfacer las demandas de estos grupos, que representan la parte más importante del activo intangible.

Este instrumento representa mediante una cadena de objetivos claramente definidos, la estrategia del negocio. Utiliza indicadores que medirán el logro de las metas a través de un conjunto de iniciativas o proyectos.

5.2 Skandia Navigator

La Compañía de seguros sueca *Skandia AFS* en la necesidad de medir sus activos contrató a Leif Edvinsson quien diseñó un modelo para poder valuarlos, incluyendo en el estudio activos de difícil cuantificación.

Desde el punto de vista de esta herramienta el Capital Intelectual surge en un proceso de creación de valor, basado en la relación del Capital Humano y Estructural,

⁴ Ernest & Young. “Centre for Business Innovation” y “Centre for Business Knowledge”

donde la renovación continua transforma y refina el conocimiento individual en valor duradero para la organización.

El Skandia Navigator se compone de cinco áreas de enfoque: Financiero, del Cliente, de Proceso, de Innovación y Desarrollo y Humano. Son áreas en las cuales la organización debe centrar su atención, y de ellas se deriva el valor del Capital Intelectual de la compañía dentro de su entorno competitivo.

- ❖ Enfoque Financiero: es la medición más objetiva ya que incluye los Estados Contables. Si bien los ratios que de ellos se derivan son objetivamente elaborados, no se agotan en sí mismos, permitiendo la utilización de nuevos elementos de medida.
- ❖ Enfoque del Cliente y Enfoque del Proceso: están constituidos por las actividades que la empresa realiza para medir el Capital Relacional, y una de las partes importantes del Capital Estructural.
- ❖ Enfoque de Innovación y Desarrollo: mide los cambios desarrollados por la empresa en su evolución hacia mercados cada vez más inciertos, dejando atrás el pasado rígido y obsoleto.
- ❖ Enfoque Humano: es el corazón de la organización, su fuerza activa, la que integra en un todo, las áreas del Capital Intelectual.

5.3 Monitor de Activos Intangibles

Sobre la base de la clasificación de Karl Erik Sveiby, se construye una teoría cuyo objetivo es monitorear la utilización de activos intangibles, controlando su creación, su evolución y evitando su pérdida. La aplicación de esta herramienta, se efectuó en la empresa sueca *Celemi*.

El “Balance Invisible” de *Celemi* clasifica los activos como: “nuestros clientes”, que es la estructura externa; “nuestra organización”, que son las patentes, conceptos, modelos de contrato con proveedores, sistemas informáticos y de apoyo; y “nuestra gente”, que es la capacidad de las personas. Para cada uno de ellos utilizará, en su estudio, indicadores de crecimiento y renovación, eficiencia y estabilidad.

5.4 Technology Broker

Es un modelo desarrollado por Annie Brooking en 1996, que, al igual que el Skandia Navigator, plantea que la suma del Valor Contable más el Capital Intelectual,

conforma el Valor de Mercado de una empresa. Por otra parte, a diferencia de los modelos ya explicitados, no define ratios cuantitativos, sino que realiza una lista de carácter cualitativo y desarrolla metodologías para auditar la información previo a la medición del Capital Intelectual.

5.5 Indicadores Comparativos

El FMAC (Financial and Management Accounting Committee) propone tres indicadores para valorar la brecha entre el valor de mercado y el valor contable: “Market-to-book”, la “q” de James Tobin y el “Cálculo del Valor Intangible”.

- ❖ Market-to-book: es el indicador más utilizado con un cálculo muy simple que se ha ganado diversas críticas: la primera, es que no toma en cuenta la complejidad del entorno actual, no teniendo en consideración factores que condicionan el valor de mercado; otra de las críticas es que, el hecho de que el modelo contable sea de valores corrientes, no permite una medida exacta del valor de la empresa, ya que éste es el resultado de conjugar valores de distinta naturaleza.
- ❖ “Q” de James Tobin: establece una relación entre el valor de mercado de una empresa y el costo de reposición de los activos de la misma. Si este último es menor que el valor de mercado significa que la empresa está invirtiendo rentablemente. Las críticas a este indicador se refieren a las variables exógenas que influyen en el valor de mercado.
- ❖ “Cálculo del valor intangible”: la base para este cálculo es el exceso de retorno de los activos fijos, el cual se traslada a los activos intangibles para su cuantificación. La utilidad de este indicador se presenta en el hecho de que permite efectuar comparaciones entre empresas privadas y públicas, entre subsidiarias o sucursales de una misma empresa, teniendo en cuenta el mismo sector de actividad.

6. Conclusiones: Nuestra Visión

Ha quedado demostrado el valor que tiene para las organizaciones, la correcta identificación y ponderación de los factores que componen su Capital Intelectual.

Asimismo, creemos que la medición de esos factores es particular de cada empresa, que no existen técnicas universales para todas las organizaciones, sino que, cada una de ellas, debe considerar los indicadores que le sean representativos y más se adecuen para reflejar su Capital Intelectual.

Es innegable que la cuantificación de este tipo de intangibles implica una alta cuota de subjetividad, pero consideramos que una correcta valuación de los mismos tiene relevancia fundamental en un contexto de Contabilidad de Gestión.

Es imprescindible que las organizaciones conozcan los recursos que poseen para efectuar su planificación estratégica y evaluar la gestión realizada.

Por otro lado, nos cuestionamos la inclusión de valores subjetivos en los informes contables cuando éstos son dirigidos a terceros, que serán utilizados para la toma de decisiones.

Creemos en el camino recorrido por los Organismos emisores de Normas, y defendemos la tendencia puesta de manifiesto por el International Accounting Standards Committee (IASC), que continúa en una posición de incorporar solamente elementos objetivos a la información estrictamente contable.

La Norma Internacional de Contabilidad N° 38 (NIC 38), “Activos Intangibles”, es muy clara en la definición de los mismos. En su numeral 7, condiciona el reconocimiento de un activo intangible a que sea identificable, se posea control y existan beneficios económicos futuros asociados al mismo. Excluye, en forma expresa, de tal definición a ciertos recursos poseídos por la empresa que, ciertamente, componen el Capital Intelectual. En el numeral 15, fija posición con respecto a los gastos de capacitación del personal y los recursos humanos que posea el Ente. Éstos no se clasificarían como activos intangibles, ya que la empresa no ejerce un control suficiente sobre los beneficios económicos esperados. Basado en el mismo argumento, el numeral 16, inhabilita la consideración de activos intangibles a elementos como: cartera de clientes, participación en el mercado, relaciones con la clientela y lealtad de la clientela.

Apoyamos la creencia de que, la objetividad de las mediciones contables, es fundamental a la hora de abogar por una transparencia, protectora del usuario externo.

No podemos desconocer dos realidades que se imponen por sí mismas: la brecha entre valor de libros y el valor corriente ha tenido un crecimiento sistemático, y que el inversor intenta cuantificar el Capital Intelectual de las organizaciones en el momento de efectuar elecciones de inversión.

No es alcance de este trabajo efectuar propuestas que tiendan a disminuir las diferencias de valuación entre el patrimonio contable y el precio dado por el mercado al paquete accionario. Pero si creemos que el inversor debe poseer todas las herramientas posibles al momento de la toma de decisiones.

Creemos que deben formar parte de los Estados Contables, elementos que le permitan al usuario, efectuar sus propias evaluaciones. Debemos incluir en dichos informes, herramientas que sean útiles para poder medir el Capital Intelectual, incorporándolas, ya sea en forma de anexo o dentro de las revelaciones a los Estados Contables. Estas herramientas pueden ser indicadores, tanto de los recursos humanos como de la estructura interna y externa de la empresa, a un nivel de detalle que contemple ratios de estabilidad, de eficiencia y de crecimiento.

No pretendemos dar un modelo a seguir, porque no creemos que exista una propuesta universal, sí los requerimientos mínimos que ya se mencionaron, y quedará a juicio del profesional responsable de la emisión de los Estados Contables, la elección de los indicadores, atendiendo a las características de cada organización y a su diligencia profesional.

Bibliografía

Brooking, Annie (1996): "Intellectual Capital: Core Assets for the Third Millennium Enterprise". International Thompson Business Press. Londres.

Bueno Campos, Eduardo (1999): "Gestión del Conocimiento y Capital, Aprendizaje y Capital Intelectual". Boletín Club Intelect N° 1. Diciembre 1998 – Enero 1999, pp.2-3.

- Edvinsson, Leif y Malone, Michael (1997): "Intellectual Capital – Realising Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower". Harper Collins.
- Financial and Management Accounting Committee (FMAC) (1998): "The Measurement and Management of Intellectual Capital: An Introduction". International Federation Accountants (IFAC).
- Kaplan, R. y Norton, D. (1992): "The Balanced Scorecard – Measures that Drive Performance". Harvard Business Review. January-February, pp.77-84.
- Norma Internacional de Contabilidad N° 38, Activos Intangibles: International Accounting Standards Committee (IASC)
- Roos, Joahan (1997): "Intellectual Capital". Macmillan Business.
- Stewart, Thomas (1998): "La Nueva Riqueza de las Organizaciones: El Capital Intelectual". Ediciones Granica. Buenos Aires.
- Sveiby, Karl (1997): "The New Organisational Wealth: Managing and Measuring Knowledge - Based Assets". Berrett – Koehler. San Francisco.
- Wiig, Karl (1993): "Knowledge Management Foundation". Schema Press.