

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARIA**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**



**IMPORTANCIA DE LA CONTABILIZACIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL  
BASADOS EN EL MODELO INTELLECTUS, EN EL GRUPO DE EMPRESAS  
DE LA ASOCIACIÓN DE EMPRESAS DEL PARQUE INDUSTRIAL DE  
AREQUIPA, 2014. (ADEPIA)**

Tesis presentado por los Bachilleres

**Carlos Lira Paz**

**Manuel Vargas Cerpa**

Para optar el Título Profesional de Contador  
Público

AREQUIPA – PERU

2015

## ÍNDICE

Resumen.....	5
Abstract.....	6
I. Planteamiento teórico .....	7
1. Enunciado del problema .....	7
2. Formulación del Problema .....	7
3. Sistematización del problema .....	7
4. Aplicación del estudio.....	7
5. Operacionalización de variables.....	9
6. Justificación.....	11
7. Estado del Arte / Antecedentes .....	13
7.1. Tesis: La gestión del capital intelectual en las entidades financieras. Caracterización del capital humano en las cooperativas de crédito. ....	13
7.2. Tesis: El capital intelectual de la investigación en los docentes de posgrado de una universidad privada de Lima. ....	14
7.3. Artículo científico: Inteligencia organizativa y capital intelectual: un ejercicio de integración. ....	15
7.4. Artículo científico: Capital Intelectual .....	15
7.5. Artículo científico: El Capital Intelectual como Activo Organizacional. .	15
7.6. Artículo científico: Contabilidad del Capital Intelectual .....	16
8. Objetivos .....	17
8.1. Objetivo general .....	17
8.2. Objetivos específicos .....	17
9. Hipótesis .....	17
9.1. Hipótesis General .....	17
9.2. Hipótesis Específicas .....	17
II. Marco teórico .....	18
1. Nacimiento de la economía del conocimiento .....	18
2. Factores productivos críticos en cada era económica.....	18
3. Contabilidad del conocimiento (cc).....	23
3.1. Definición.....	24
3.2. Definiciones según investigadores: .....	25
3.3. Contabilidad del conocimiento aplicada.....	27
3.4. Apreciaciones acerca de la contabilidad del conocimiento .....	29
3.5. Apreciación contable.....	29
4. Las organizaciones del conocimiento .....	37
4.1. Rasgos que destaca Waterhouse Cooper en las organizaciones del conocimiento: .....	38

5.	El conocimiento concepto y contexto.....	38
5.1.	Rasgos que definen el conocimiento.....	39
5.2.	Elementos relacionados con el conocimiento.....	39
5.3.	Evolución del conocimiento en función del grado de conciencia.....	43
6.	La gestión del conocimiento .....	44
6.1.	Fases de la gestión del conocimiento .....	45
6.2.	Escuelas y tendencias en la gestión del conocimiento.....	45
6.3.	Modelos generales para la gestión del conocimiento.....	47
6.4.	Modelos de gestión del conocimiento según los siguientes autores: ...	47
7.	La contabilidad en la economía del conocimiento crisis y oportunidades...	50
7.1.	La crisis de la información financiera.....	50
7.2.	Deficiencias en la información financiera .....	51
7.3.	Oportunidades de mejoras en medio de una crisis .....	54
8.	La importancia de los activos intangibles en un periodo de uniformación internacional .....	59
8.1.	Activos intangibles: identificación, reconocimiento y valoración. ....	59
8.2.	Tipos de Activos Intangibles: .....	62
8.3.	Recursos intangibles y competitividad empresarial.....	66
9.	Modelo Intellectus: herramienta de medición y gestión del capital intelectual .....	69
9.1.	Modelo Intellectus.....	70
9.2.	Principales experiencias con Modelos Intellectus .....	79
III.	Planteamiento operacional .....	85
1.	Técnicas e instrumentos.....	85
1.1.	Técnicas .....	85
1.2.	Instrumentos .....	85
1.3.	Campo de verificación.....	86
1.4.	Estrategias.....	88
1.5.	Criterios para el manejo de datos.....	89
IV.	Resultados .....	93
1.	Capital Humano .....	95
2.	Capital Organizativo.....	99
3.	Capital Tecnológico .....	101
4.	Capital Social .....	103
5.	Capital de Negocio.....	105
V.	Conclusiones .....	107
1.	Conclusiones.....	107
2.	Recomendaciones .....	108

Fuentes de información .....	109
ANEXOS .....	113
Anexo 1: Listado de empresas que conformaron la muestra.....	113
Anexo 2: Modelo de Cuestionario semi-estructurado .....	116
Anexo 3: Variables del Capital Humano .....	120
Anexo 4: Variables del Capital Organizativo.....	120
Anexo 6: Variables del Capital Tecnológico.....	138
Anexo 7: Variables del Capital de Negocio.....	153
Anexo 8: Variables del Grupo de Empresas .....	164
Anexo 9: Variables de Importancia Según el Sexo.....	172
Anexo 10: Variables Importancia Según el Rubro .....	172



## Resumen

La evolución de las ciencias contables han devenido en una mayor exigencia de la exactitud con la que se registran los hechos económicos que ocurren en las empresas. Debido a que una gran cantidad de estos se desarrollan en un plano intangible o intelectual, diferentes esfuerzos han tomado lugar a fin de cuantificar la mayor cantidad de estos aspectos. Un modelo que se ha alzado recientemente, por su amplitud y estructura, para medir esta realidad, es el modelo Intellectus.

Por esto, la presente investigación inicia intentando conocer la importancia que tiene la contabilización del capital intelectual entre los contadores de la ciudad de Arequipa; definiendo como muestra a los jefes del área de contabilidad de las organizaciones que confirman la Asociación De Empresas del Parque Industrial de Arequipa (ADEPIA).

Cómo aspectos metodológicos del presente estudio, se puede indicar que se aplicó un diseño no experimental, transversal y descriptivo. Para la recolección de datos se utilizó como instrumento un cuestionario de 120 preguntas, aplicado a través de encuestas y se obtuvo, finalmente, las respuestas validas de 22 de las 43 empresas.

Cómo resultados más importantes se encontraron que el capital humano es la parte más relevante para los contadores dentro del capital intelectual.

Finalmente se concluye en el estudio que es muy importante que el capital intelectual se implementado en la normativa contable para que pueda ser llevado a una contabilización y posteriormente que se vea reflejado en los Estados Financieros.

Estos y otros resultados se desarrollan a continuación.

Palabras clave: Modelo Intellectus, Capital Intelectual, Contabilización de intangibles.

## Abstract

The evolution of accounting sciences have become more demanding in the accuracy with which the economic events occurring in the companies register. Because a lot of these are developed in an intangible or intellectual level, various efforts have taken place to quantify as many of these issues. A model that has recently raised such a size and structure, to measure this reality is the Intellectus model.

Therefore, this investigation start trying to understand the importance of intellectual capital accounting counters between Arequipa; defining as shown chiefs accounting area organizations confirming the Association of Industrial Park Arequipa (ADEPIA).

How methodological aspects of this study, it may indicate that a non experimental, transversal and descriptive design was applied. For data collection was used as an instrument a questionnaire of 120 questions, applied through surveys and obtained finally the valid responses from 22 of the 43 companies.

As results were found that human capital is the most important part for accountants within the intellectual capital.

Finally it is concluded in the study that is very important that intellectual capital accounting standards implemented in order to be taken to a posting and then see that reflected in the financial statements.

These and other results are set out below.

Keywords: Model Intellectus, Intellectual Capital, Accounting of intangibles.

## I. Planteamiento teórico

### 1. Enunciado del problema

Importancia de la Contabilización del Capital Intelectual, basados en el Modelo *Intellectus*, en el Grupo de Empresas de la Asociación de Empresas del Parque Industrial de Arequipa 2014 (ADEPIA).

### 2. Formulación Del Problema

¿Cuál es la Importancia de la Contabilización del Capital Intelectual, basados en el Modelo *Intellectus*, en el Grupo de Empresas de la Asociación de Empresas del Parque Industrial de Arequipa 2014 (ADEPIA)?

### 3. Sistematización del problema

- ¿Cuán importante es la contabilización del capital Intelectual en las empresas de ADEPIA?
- ¿Cómo se aplica éste conocimiento en la medición del El Modelo Intellectus en el capital Intelectual y sus componentes?
- ¿Cuál es el estado actual del Capital Intelectual y sus componentes?

### 4. Aplicación del estudio

La presente investigación servirá para la importancia de la contabilización del capital intelectual para los contadores generales del grupo de empresas del parque industrial, afiliados a ADEPIA.

#### 4.1. Campo y Área:

##### 4.1.1 Campo:

- La presente investigación se desarrolla dentro del campo de las ciencias contables.

#### 4.1.2 Área:

- Contabilización de intangibles, puntualmente capital intelectual.

#### 4.2 Nivel y Tipo de Investigación:

##### 4.2.1 Tipo:

- El tipo de aplicación es Cuantitativa Transversal.

##### 4.2.2 Nivel:

- El Nivel es descriptivo.
- Esta tesis busca dar un enfoque acerca del conocimiento de las normas internacionales contables y financieras, los aspectos financieros y los procesos administrativos.
- La Tesis también busca incentivar un cambio de conciencia contable, administrativa y financiera. Con el fin de que se analice la viabilidad de hacer un reporte de gerencia que identifique sus intangibles no contabilizados para en un futuro, ya que vivimos una constante actualización contable internacional, teniendo este reporte de referencia para una futura contabilización del capital intelectual que sea aceptada por normas NIC O NIIF.

## 5. Operacionalización de variables

Variables	Tipo de variable	Indicadores	Sub-indicadores
<b>Contabilización del Capital Intelectual</b>	Variable independiente	Capital Humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valores y actitudes.</li> <li>• Aptitudes.</li> <li>• Capacidades.</li> </ul>
		Capital Organizativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura.</li> <li>• Procesos.</li> <li>• Cultura.</li> <li>• Aprendizaje organizativo.</li> </ul>
		Capital Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propiedad intelectual e industrial.</li> <li>• Dotación tecnológica.</li> </ul>
		Capital Negocio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones con los clientes.</li> <li>• Relaciones con los proveedores.</li> <li>• Relaciones con los aliados.</li> <li>• Relaciones con los competidores.</li> </ul>
		Capital Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones con accionistas, instituciones e inversores.</li> <li>• Relaciones con administraciones públicas.</li> <li>• Relaciones sociales.</li> <li>• Reputación corporativa.</li> <li>• Relaciones con la defensa del medio ambiente.</li> <li>• Otras relaciones con la sociedad.</li> </ul>

Variables	Tipo de variable	Indicadores	Leyenda
<p><b>Importancia Del Capital Intelectual Basado en el Modelo Intellectus.</b></p>	<p>Variable Dependiente</p>	<p><math>CI = CH + CR + CE</math></p>	<p>CI= Capital Intelectual. CH= Capital Humano. CR= Capital Relacional. CE= Capital Estructural</p>



## 6. Justificación

La literatura sobre el capital intelectual es aun escasa, pues la información teórica recién ha tomado fuerza en la última década del siglo XX, tiempo durante el cual aparecieron modelos, estudios e investigaciones en todo el mundo, principalmente en Europa y Norteamérica, consecuencia de un grupo de investigadores que fueron los pioneros en el tema organizativo y contable, sobre todo por el interés de los investigadores profesionales que están a la vanguardia para llevar una armonización administrativa, contable y financiera, dentro del marco de dirección estratégica de las organizaciones. Por lo tanto sorprende la escases de trabajos académicos y de investigación que recojan evidencia empírica sobre el estado del tema en la ciudad de Arequipa.

El Capital Intelectual representa un tema novedoso poco abordado en las investigaciones de estudios en la ciudad de Arequipa. La carencia de evidencia empírica que soporta la reciente teoría en base a modelos internacionales y americanos, aparecen como una necesidad para los contadores que están en constante actualización para permanecer en la vanguardia.

La presente investigación resulta atractiva para sus actores, convencidos en la contribución que representa en los procesos de administración contable y financiera, para la construcción y posicionamiento de nuevos paradigmas.

La importancia del tema radica, en que los activos de naturaleza intangible, tanto como recurso y capacidad, son considerados de mayor potencial para la generación de ventajas competitivas sostenibles, ya que sus atributos: son valiosos, escasos y difíciles de plantear en temas de normatividad. Administrativamente si se deben de identificar, ya que financieramente generan un beneficio y esto se deberían medir, pero contablemente están limitados en su contabilización en libros y estados financieros.

En consecuencia, la presente investigación toma como referencia geográfica, el panorama de la ciudad de Arequipa, donde se requiere identificar y medir el capital intelectual de una manera real, confiable y consistente; guiándonos de modelos internacionales, para sí generar una información valiosa para la toma de decisiones estratégicas.

El presente estudio permitirá investigar de forma más precisa el conocimiento que tienen los contadores sobre la importancia de la contabilización del capital intelectual. El estudio resulta pertinente, porque busca generar una competencia sostenible al momento de generar un reporte de gerencia, que en un futuro va a ser incluido por la actualización de las normas contables y financieras. En este caso se trata de los recursos de activos intangibles que puedan ser gestionados de mejor forma en tanto se identifiquen, midan y contabilicen para comprender su composición para generar ventajas competitivas.

Hoy en día, tras la expansión de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF'S) y su adopción por parte del gobierno peruano; la importancia de la contabilidad en el mundo globalizado ha escalado radicalmente. Junto a esta evolución de la ciencia contable, también se ha visto incrementada la exigencia en el registro fidedigno de las actividades comerciales de las empresas.

Por esta razón, la contabilización de los activos intangibles toma un lugar privilegiado en el camino hacia este objetivo; y dentro de ella la valorización del capital intelectual. Además que hoy en día la contabilización del capital intelectual es un aspecto que diferencia a las empresas más competitivas del mercado mundial.

En base a esta premisa se plantea la presente tesis, que en una primera etapa busca conocer la opinión de los contadores generales de las empresas pertenecientes a ADEPIA, frente a la contabilización del capital intelectual, basado en el modelo más reciente y aceptado: el Modelo Intellectus.

En base a éste estudio también podremos conocer cuán desarrollada se encuentra la actitud de los contadores de la Asociación de Empresas del Parque Industrial de la ciudad de Arequipa, frente a la importancia de contabilizar este capital.

## 7. Antecedentes

### 7.1. Tesis: La gestión del capital intelectual en las entidades financieras. Caracterización del capital humano en las cooperativas de crédito.

Autor: Elies Seguí Mas.

Resumen:

La contabilidad representa el núcleo central del sistema de información empresarial y por tanto resulta crítica para la toma de decisiones y el planteamiento estratégico de la organización. Sin embargo, fruto de la emergencia de la economía del conocimiento, la contabilidad ha sufrido una evidente pérdida de fiabilidad y de relevancia social. Esta crisis ha motivado el surgimiento de metodologías capaces de identificar, medir y gestionar los activos intangibles de una organización.

Las cooperativas de crédito, como organizaciones singulares dentro del sistema bancario español, cuentan con activos intangibles de especiales características. Los valores cooperativos, la estructura de su capital social, las actitudes del personal o la selección y formación del personal proveen a las cooperativas de crédito de una configuración específica de sus intangibles que merece una especial atención. De este modo, sus ventajas competitivas intangibles podrían ser gestionadas y aportar información más relevante para la toma de decisiones. Mediante metodologías cualitativas, esta tesis intenta la identificación de las singularidades del capital humano de las cooperativas de crédito. Para ello se ha partido del marco conceptual producto de los principales modelos existentes de capital intelectual y de las directrices emitidas para la difusión de esta información. Así, a partir de la identificación, medición y análisis de los intangibles de capital humano de una cooperativa de crédito, este trabajo pretende mejorar—desde una perspectiva financiera— la comprensión del papel clave de los activos intangibles en el valor real de una organización.

Las singularidades del sector cooperativo de crédito muestran unos recursos humanos potencialmente más predispuestos a adoptar una fuerte cultura de empresa y a realizar una mayor inversión en formación. Por el

otro lado, los principales déficits de las cooperativas de crédito vendrían derivados de sus aptitudes y de sus menores capacidades, dados su menor nivel académico y su menor inversión en formación. En consecuencia, esta investigación persigue proporcionar referencias reales y juicios de expertos que expliquen en cómo y por qué el capital intelectual -y sobre todo el humano- es tan relevante en el negocio bancario. Esas son las razones que justificarían porqué el capital humano merece una papel fundamental dentro de la información financiera (más allá de la contabilidad tradicional de bienes materiales).

## **7.2. Tesis: El capital intelectual de la investigación en los docentes de posgrado de una universidad privada de Lima.**

Autor: Calderón Carranza, Mónica Cecilia.

Resumen:

El presente estudio tuvo como finalidad analizar el Capital Intelectual (CI) de la investigación en los docentes de un programa de maestría en una universidad privada de Lima. La metodología utilizada fue de enfoque cualitativo y de nivel descriptivo, desarrollando entrevistas a docentes y autoridades del programa de maestría; así como una revisión de la documentación, normas y políticas de la universidad.

Entre los principales resultados, se puede mencionar que los docentes cuentan con políticas generales para la investigación y la producción de capital intelectual. Asimismo, la universidad ha hecho una fuerte inversión en tecnología, aunque apreciamos que todavía hay una subutilización de las herramientas tecnológicas para la investigación por parte de los docentes del programa.

En relación a la cultura organizacional, estos docentes tienen las capacidades para hacer investigación y lo realizan aprovechando las nuevas facilidades que dan la universidad y el programa. Sin embargo, en relación a las publicaciones y patentes, todavía se necesita un mayor trabajo por parte de los profesores en dicha actividad.

Finalmente, el programa de Maestría cuenta con un capital relacional, debido a su política de internacionalización ya su reputación ganada a nivel académico.

### **7.3. Artículo científico: Inteligencia organizativa y capital intelectual: un ejercicio de integración.**

Autor: Carlos Merino Moreno

La gestión de los activos intangibles se está convirtiendo, cada vez más, en una disciplina relevante en los patrones de gestión actuales, sobre todo teniendo en cuenta los condicionantes competitivos que requieren un adecuado manejo de los recursos y las capacidades organizativas. En este sentido, la creación, el desarrollo y la gestión del conocimiento organizativo y sus herramientas están afrontando el reto de completar los esquemas de gestión tradicionales. Esta realidad necesita nuevas propuestas que integren las dimensiones sobre las que se está avanzando. Así el artículo que aquí se presenta lleva a cabo un ejercicio de integración del ámbito de la inteligencia organizativa y el capital intelectual como temáticas complementarias.

### **7.4. Artículo científico: Capital Intelectual**

Autores: Juan Carlos Scarbino, Gabriela Biancardi, Anabel Blando.

Resumen:

La idea generadora del presente artículo es describir modelos, que permitan acercarse al valor real de los intangibles, con el fin de que los mismos puedan ser incorporados a los estados contables y de esa manera se logra reducir la brecha existente entre el valor de mercado y el valor de libros. En la segunda parte, se efectúa un sondeo de opinión dentro de la profesión, con el objeto de demostrar necesidad de desarrollar nuevos modelos, que permitan acercarse al valor real de los intangibles.

### **7.5. Artículo científico: El Capital Intelectual como Activo Organizacional.**

Autor: Freddy Marín Gonzales.

Resumen:

El artículo que se presenta a continuación es resultado de un proceso continuo de indagación acerca de la gestión de capital intelectual, específicamente, en cuanto a su producción, transferencia, y comercialización, como principal activo, en cualquier organización innovadora. Se logró aproximarse a la construcción de ciertas explicaciones de orden teórico - conceptual, que a través de un procedimiento endógeno de análisis, condujo a buscar una amplia y cabal comprensión de los elementos tratados. En este sentido, resalta la dinámica de la generación de conocimiento, como punto de partida para la estructuración de capital intelectual. Igualmente se abordan aspectos sustentadores de un enfoque económico y de mercado, como perspectivas que sirven de marco referencial para explicar la capitalización del conocimiento y en consecuencia la producción de capital intelectual. En correspondencia con estos planteamientos, se intenta un acercamiento a los principales elementos que pueden soportar un modelo para la gestión de capital intelectual. Aun cuando se parte de generalizaciones sobre este proceso cíclico, se busca hacer las respectivas transferencias al contexto de la relación Universidad - Sector Productivo, espacio donde se contextualiza el referido análisis y construcción teórica.

#### **7.6. Artículo científico: Contabilidad del Capital Intelectual**

Autores: Tito Duarte, Ramón Elías Jiménez Arias, Myriam Ruiz Tibaná.

Resumen:

El capital intelectual es un valor intangible que debe incorporarse a los estados financieros, como parte de la generación de valor de todos los trabajadores de una organización. Existen algunos modelos que permiten cuantificarlo, aunque es preciso reconocer que debemos ahondar con más precisión con el objeto de contar con un mayor número de adeptos a esta importante referencia.

## 8. Objetivos

### 8.1. Objetivo general

Medir la importancia de la contabilización del capital intelectual, basados en el modelo Intellectus, en el grupo de empresas de la asociación de empresas del parque industrial de Arequipa, 2014 (ADEPIA).

### 8.2. Objetivos específicos

- Analizar la importancia de la contabilización del Capital Intelectual y sus componentes en la Asociación de Empresas del Parque Industrial de Arequipa (ADEPIA).
- Analizar la importancia del conocimiento del Capital Intelectual Basados en el Modelo Intellectus.
- Analizar los componentes del Capital Intelectual de manera específica.

## 9. Hipótesis

### 9.1. Hipótesis General

- Para la mayoría de empresas de ADEPIA, la contabilización del capital intelectual será importante.

### 9.2. Hipótesis Específicas

- El componente del Capital Intelectual, que registrará la mayor importancia entre la muestra, será el Capital Humano.
- El componente del Capital Intelectual que registrará el menor nivel de importancia entre la muestra, será el Capital Social.

## II. Marco teórico

### 1. Nacimiento de la economía del conocimiento

El cambio continuo es la circunstancia principal que define el entorno empresarial y social de las últimas décadas, realizando cambios de cada vez más acelerada. Por lo tanto la supervivencia empresarial cada día depende más de la gestión del cambio y de estar a la vanguardia. Consecuentemente en plena economía del conocimiento, el saber es el factor capaz de dotar del instrumento necesario este cambio continuo.

El análisis del profesor Bueno (1999) a partir del trabajo de Gore y Dobat (1996) muestra de forma muy atinada cual ha sido la evaluación de los productores críticos en cada era económica, donde se ve que la economía agraria predominó la tierra y el trabajo, siendo los principales factores en una primera era. Posteriormente la llegada de la revolución industrial introdujo importantes transformaciones, donde apareció un nuevo factor y de mucha mayor importancia en esa era; siendo este el capital financiero o poder adquisitivo del dinero.

Estas últimas décadas el nacimiento de la economía del conocimiento y la creación de un nuevo paradigma que tiene en el capital intelectual su principal factor productivo. Dentro de este contexto, el conocimiento se convierte en la clave para que las organizaciones puedan generar ventajas competitivas que resulten sostenibles en el tiempo.

### 2. Factores productivos críticos en cada era económica

Otros análisis en paralelo destacan la pérdida de relevancia de los activos tangibles tradicionales en los procesos de generación de valor y como la participación de tareas intelectuales ha ido ganando más importancia en la actividad económica, de forma exponencial en los últimos tiempos. Así, se estima que actualmente el 90% de los trabajadores de los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) son

trabajadores intelectuales. Donde autores como Drucker estimaron que se llegaría esta cifra hace varios años.

La globalización, nueva economía, capital intelectual y gestión del conocimiento, son conceptos incorporados en las últimas décadas a la teoría de la dirección de las empresas. Se puede observar que esto es una búsqueda perseverante, soluciones y aporte para la gestión laboral, usualmente orientadas a la generación de valor y a la competitividad sostenible. Donde hoy en día es primordial generar capacidades diferentes para generar una ventaja competitiva como lo es la marca, las relaciones con clientes y proveedores, la renovación, la reputación, etc., que cada vez son más difíciles de replicar. El nuevo modelo económico diferencia la marca del conocimiento de cada empresa. Según la OCDE (1999) define a las economías basadas en el conocimiento a “aquellas fundadas directamente en la producción, distribución y uso del conocimiento y la información”.

Viendo desde una perspectiva general, la teoría de los recursos y las capacidades ha sido la referencia determinante en la última década en el mundo de la gestión empresarial. Hoy en día es evidente que el conocimiento es el principal recurso en el actual paradigma económico, no es casual que la emergencia, la teoría de los recursos y las capacidades sean simultáneas al cambio de contexto que se está viviendo, por lo tanto no es posible dejar de lado el estudio del conocimiento.

Actualmente vivimos en un mundo de permanente transformación y los profundos cambios estructurales que se presentan en nuestra sociedad no solo en la realidad Peruana sino en la internacional, afectan las bases de la competitividad de los negocios. Ya no solo se compite con las empresa nacionales si no también con las empresas extranjeras. Si nos ponemos a analizar los gobiernos de hace 20 años, éstos no hubieran imaginado la globalización que se vive hoy en día, ni siquiera hubieran pensando como el avance tecnológico simplificaría tanto la inversión en nuevos mercados como es la compra de acciones en la bolsa a nivel internacional con tan solo

un clic desde una computadora, poniendo en evidencia la importancia de las tecnologías de la información (TIC) en nuestras vidas. Todos estos cambios no solo han transformado nuestras vidas si no también la forma de hacer negocios, generándose nuevas oportunidades pero también multiplicándose los riesgos. Como el caos que anuncio “Tom Petters”, o la sociedad del riesgo de la que hablaba “Ulrick Besk”. Son más presentes en la actualidad.

Hoy resulta trascendente tener un enfoque diferente y proactivo que permita a la organización adaptarse a los cambios y estar en la vanguardia para estar a la ventaja competitiva para sus competidores. Por tanto, es imprescindible tener en cuenta las principales características del entorno donde compiten las empresas actuales:

**a. Desmaterialización de los negocios:**

Los servicios continúan ganando peso en los mercados, además aquellos activos considerando los más importantes negocios ya no son los tangibles, si no los más importantes vienen a ser los intangibles (como el conocimiento, la imagen corporativa, el posicionamiento de mercado, etc.), investigaciones anteriores evidencian que el sector de servicios está teniendo la supremacía en los negocios principales.

**b. La Innovación Aspecto Fundamental en la Economía del Conocimiento:**

Dejando de lado los periodos anteriores, donde lo más importante primero fue el trabajo y la tierra en la economía agrícola, luego en la economía industrial fue el dinero y el trabajo, actualmente lo más importante es el capital intelectual seguido del dinero, siendo siempre más importante el dinero, el trabajo, la tierra y el capital intelectual vendría hacer más importante que no puede valorarse, viniendo hasta hacer más importante que el dinero. El conocimiento es el principal intangible que posibilita la innovación convirtiéndose en prioridad empresarial para afrontar los nuevos retos emergentes en las economías del mercado. Hoy en día la innovación de nuevos bienes y servicios (innovación de

producto), la buena gestión administrativa de los existentes (innovación del proceso), emergen como los nuevos cimientos de una organización de una empresa para la maximización del servicio.

**c. Pre-eminencia de las personas como recurso clave en las personas:**

Las personas son el recurso más sensible en la creación de valor, ya que en ella se deposita el conocimiento que da a lugar a capacidades organizativas que generan una ventaja competitiva y a la capacidad de adaptación a los cambios del entorno. Los individuos son el agente principal del conocimiento, donde se evidencia la aparición de los trabajadores del conocimiento del que mencionaba “Peter Drucker”, el mayor filósofo de la administración del siglo XX”. Y la existencia de retener el talento humano en las empresas ya que por la competitividad entre empresas y la globalización es muy fácil ofrecer buenas sumas económicas por contratar a una persona clave llevándola a otra, robándose el capital humano de la competencia.

Tal y como señala el World Development Report (1999) “Para los países en la vanguardia de la economía mundial, el equilibrio entre conocimiento y recursos ha cambiado hasta tal punto que el conocimiento se ha transformado en el factor determinante de los niveles de vida -más que la tierra, las máquinas o el trabajo-. Las actuales economías desarrolladas, muy avanzadas tecnológicamente, están realmente basadas en el conocimiento.”

**d. Incremento y Liberación de los Mercados (Globalización Económica):**

La globalización resulta fundamental en el nuevo marco competitivo. La integración económica, la liberación de mercado, como los acuerdos de libre comercio, la participación de la Organización Mundial del Comercio en las economías de mercado, los apoyos de los préstamos de los fondos internacional, la participación de otros gobiernos apoyando otros países, etc. Todo esto ha reducido drásticamente los aranceles y las cuotas a la exportación, lo que permite la competencia de otros países vengan a

nuestra economía actual. De esta forma como la competencia ha crecido en la mayoría de mercados, puesto que cada vez un mayor número de empresas pueden acceder a condiciones similares a economías quitando consumidores de un mercado. Lógicamente, si las empresas ven crecer su competencia en sus mercados tradicionales, serán obligadas a internacionalizarse para poder sobrevivir a la vanguardia.

**e. Incremento de la Complejidad de la Incertidumbre:**

Los consumidores aumentan sus exigencias sobre productos y servicios que los vayan a satisfacer y los resultados de las inversiones que hicieron las empresas son cada vez menos predecibles. Así, los ciclos de la vida son más estrechos y cortos. Ahora, más que nunca, existe una alta ventaja competitiva cuando se tiene una rápida respuesta al mercado, una empresa debe convertirse en una “empresa de tiempo real”. Además, distintos mercados internacionales requiere diversas adaptaciones e incluso el trabajo con empleados de nacionalidades diferentes introduce nuevos requerimientos de gestión empresas, ya que no todas las políticas laborales y salarios no son iguales en otros países.

**f. Tecnificación de la Economía:**

El cambio tecnológico acelerado genera múltiples oportunidades, pero también aumentado el riesgos de las inversiones realizadas. Existe una fuerte TIC sobre la economía de empresas y países. En conclusión lo que decía “Nicholas Negroponte” en 1995, estudiando el impacto de las TIC, en la actividad económica. “vivimos en mundo que se ha vuelto digital”.

**g. Orientación Cliente y Cambios a la Demanda:**

Premiencia de la demanda sobre cualquier otro aspecto, ya que la satisfacción de las necesidades del cliente justifica la existencia de la empresa, y no cumplir con esto pondría fin a la vida de la empresa. Por lo que es primordial cumplir la demanda de los consumidores, generando el producto servicio que cumple esta necesidad y también generar una mayor satisfacción en los productos y servicios demandados mediante los estándares de calidad, diseño, imagen, etc..

#### **h. Nuevas Organizaciones para Entornos Cambiantes, e-business y empresas red:**

La gestión del conocimiento se convierte en el norte que deben seguir y estructurarse los organigramas de las empresas. Así, se ha de pasar de una óptica Taylorista tradicional donde la empresa es como una máquina donde existe una cadena de valor donde todo está relacionado, y cambiar hacia una óptica de gestión del conocimiento que conceptúa a la empresa como un ser vivo, dinámico, y constante evolución. Donde la aparición de las empresas virtuales, las empresas en red se define como un modelo de negocio que define las fronteras internacionales. En definitiva las ganancias de productividad no dependen exclusivamente de la inversión de la tecnología sino que requiere además, cambios organizativos y formación de los RRHH para poder utilizar su potencial.

Los cambios de paradigmas en las sociedades han inducido a la utilización de nuevos conceptos. Las características básicas de los negocios en la actualidad son de ser múltiples, es decir ya sean veloces, variados y complejos (ya no son como en otras épocas, de dos personas de un deudor y de un acreedor).

### **3. Contabilidad del conocimiento (cc)**

El “Conocimiento” (cc) es un Valor Intangible que debe ser incorporado en los Estados Financieros, como parte que genera valor a todos los trabajadores de una organización. Existen algunos modelos que permiten cuantificarlos, pero debemos de reconocer que debemos ahondar con mayor precisión con el objeto de contar con el mayor número de participantes de esta importante referencia.

Los cambios de paradigmas en las sociedades han inducido a la utilización de nuevos conceptos. Las características básicas de los negocios en la actualidad son múltiples, es decir so veloces, variados y complejos.

Según términos económicos el estar centrados en el intercambio (comercio) y/o producción (industria), hoy están girando alrededor de generación y agregar valor (servicios, información y conocimientos). Por su lado la Contabilidad no ha sido capaz de avanzar al mismo ritmo, ya que la normativa en este aspecto solo ha sido capaz de arreglar la teneduría de libros de intercambio

### 3.1. Definición

“Capital Intelectual es la posesión de conocimientos experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con clientes y destrezas de profesionales, que dan a una empresa una ventaja competitiva en el mercado.”

Le dan un tratamiento particular desde el punto de vista contable, al incluir el capital intelectual como un pasivo de la empresa, dado que los que lo poseen son los empleados, en definitiva son sus propietarios y una vez dejado el cargo, se lo llevan. No obstante, si los empleados son personas que laboran para las empresas también forman parte de generación de valor, ya que esta capacidad genera mejores resultados en la empresa ya sea tanto como operativos y financieros.

En la actualidad los estudios que traen consigo la era del conocimiento, mencionan a los recursos humanos y la gestión del conocimiento, como su principal gestor de riqueza y competitividad. Es inevitable que después de haber pasado por la era de la revolución industrial, nos encontramos con un nuevo paradigma que será materia de estudio durante los próximos años, es saber realmente como vale una empresa sin dejarla a la especulación de la bolsa y no solo hoy poder medirla, sino también en un futuro aproximarse algo más real.

Es aquí donde aparece un intangible muy importante que depende primordialmente del recurso humano de la empresa, porque se especula con el valor de la bolsa y con el valor de libros que es un valor

que existe para todo el mundo peor que hoy todavía no se expresa en los estados de situación financiera, al cual denominamos “capital intelectual” .

### 3.2. Definiciones según investigadores:

#### a. Wilson Davidow

“Tenemos la necesidad de pasar a un nuevo nivel contable, en el cual se puede medir el impulso de una empresa en términos de posición de mercado, lealtad de la clientela, calidad, etc. Por no valorar estas perspectivas dinámicas, estamos presentando una valoración tan falsa como un error en un cálculo matemático. No existe un criterio único que pueda ser presentado de manera universal”.

#### b. Brookins (1997)

El Capital Intelectual no es nada nuevo, ha estado presente desde que el primer vendedor estableció una buena relación con el cliente. Más tarde se denominó fondo de comercio, los que sucedido en el transcurso de las últimas décadas, es una explosión en determinadas áreas técnicas claves, incluyendo los medios de comunicación, la información tecnológica y las comunicaciones que nos han proporcionado nuevas herramientas con la que se ha logrado edificar una economía global.

Para Brookins el concepto de Capital Intelectual “es todo la combinación de activos inmateriales que permiten el funcionamiento de la empresa”.

#### c. Steward (1997)

Define el Capital Intelectual como material Intelectual, conocimiento, información, propiedad intelectual, experiencia que pueda utilizarse para la creación de valor. La fuerza cerebral colectiva.

**d. Euroforum (1998)**

El Capital Intelectual lo podemos definir como el conjunto de activos intangibles de una organización que pese a no estar reflejado en los estados financieros, en los estados contables tradicionales, en la actualidad genera valor o cuenta con potencial para generarlo a futuro.

**e. Roos, J. (2001)**

El Capital Intelectual de una organización es la parte intangible de su valor.

**f. Mantilla, S. (2000)**

Define el capital intelectual como el capital social basado en el conocimiento que posee la economía.

**g. Smac (2000)**

Define el capital intelectual como tienen los miembros de una compañía para percibir, analizar y reaccionar, tanto a los cambios de oportunidades y amenazas del entorno, así como la habilidad para organizar colectivamente la asignación de los recursos para satisfacer los nuevos cambios, implicados en la observación de modus- operandi original, que le permita a la compañía seguir siendo exitosa.

**h. Ulrich (1998)**

Establece que el Capital Intelectual está incluido en la forma como piensa y actúa cada empleado y como hace su trabajo, además como la organización crea políticas y sistemas para que el trabajo se realice.

Capital Intelectual= Competencias x Compromiso.

**i. Masoulas (1997)**

Se refiere al término de Capital Intelectual como la combinación de los activos intangibles de una organización, que se apoyan a la

misma con su esfuerzo de lograr su misión, comprendiendo como activos intangibles aquellas habilidades e información y experiencias y actitudes que les permita llevar a cabo su trabajo, agregando valor para ellos y para la organización.

La contabilidad del conocimiento surge como derivadas de la administración del Capital Intelectual, administración del conocimiento, que a su vez tiene lugar en la economía del conocimiento.

### **3.3. Contabilidad del conocimiento aplicada**

Cuando se trata de contabilizar el valor del conocimiento, no es posible hacerlo a menos que se considere futuras ganancias que ese conocimiento se puede generar.

Este enfoque tiene en cuenta el pasado, pero también cuenta con el enfoque de los analistas en materia de pronósticos. A partir de estos pronósticos se hace un promedio que se le llama ganancias normalizadas, se le restas un retorno de promedio por activos físicos y financieros; debido en que teoría son activos susceptibles. De modo que cuando se sustraen las ganancias normalizadas un retorno razonable sobre los activos físicos y financieros, se define con lo que queda de ganancia como conocimiento, que viene hacer las ganancias de los activos intelectuales.

Para comprender la contabilidad del conocimiento surgen algunos problemas adicionales, encontrando dos primordiales específicamente: Primero la identificación de la contabilidad con el registro de partida doble. Segundo el fuerte dominio de las normativas (legales y/o profesionales) en la aplicación de la práctica de la contabilidad. Superando este problema se encuentra un panorama favorable que facilite importantes desarrollos.

Un instrumento para abordar estos asuntos es el análisis de la cadena de valor, la cual permite, con la ayuda de la teoría general de sistemas, tener una visión del conjunto y elementos.

A partir del análisis de la cadena de valor está claro el proceso que nace los datos (materia prima, expresadas generalmente en números), evoluciona hacia la información (datos + experiencia/conocimientos o datos + patrones con significado) y está se transforma en conocimiento (información + experiencia + contexto + interpretación + reflexión). Se trata de un proceso de desarrollo plenamente aceptado en el mundo contemporáneo, con menor valor agregado en los datos y con mayor valor en el conocimiento.

Tradicionalmente la contabilidad y sus resultados económicos y financieros expresados en dos estados conocidos como: Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados, hoy en día no muestra la verdadera situación, aquella que es el Capital Intelectual y Generación de valor.

Por ejemplo cuando se trata de capital y patrimonio de los accionistas y se menciona una empresa en marcha, se puede decir que entorno al valor de ese capital, existen los siguientes criterios:

**a. Valor Nominal:**

Expresado como aquel que tiene el título, inscrito en su momento de su expedición y refleja el monto de la moneda en el uso de su país, del capital cual se inicia la empresa.

**b. Valor Según Libros:**

Expresa el monto inicial, más el crecimiento del desarrollo de las operaciones de la empresa, se le conoce a este término como Superávit, la suma de ambos se le denomina Capital Contable, el

cual dividido con el número de acciones en circulación, refleja el valor que cada accionista posee.

**c. Valor De Mercado:**

Refleja el valor subjetivo que los inversores tienen respecto a una determinada acción, oferta en el mercado de capitales, algunos autores consideran que este valor de mercado, restado con los valores anteriores, siempre que sea mayor, refleja parte del capital intelectual.

**3.4. Apreciaciones acerca de la contabilidad del conocimiento**

- Un sistema de Capital Intelectual, relacionado con la contabilidad, es un recurso intangible de la organización.
- El capital Intelectual, la generación de valor, la inclusión de paradigma de extra contables, es un hecho, que se está convirtiendo en una realidad que se debe incorporar en cualquier sistema de contabilización.
- La contabilización del Capital Intelectual, une los esfuerzos físicos mentales en la búsqueda de mejor identificación administración y optimización para el beneficio y crecimiento de la empresa.

**3.5. Apreciación contable**

**a. Resumen Técnico NIC 38**

El objetivo de esta Norma es prescribir el tratamiento contable de los activos intangibles que no estén contemplados específicamente en otra Norma. Esta Norma requiere que las entidades reconozcan un activo intangible si, y sólo si, se cumplen ciertos criterios. La Norma también especifica cómo determinar el importe en libros de los activos intangibles, y exige la revelación de información específica sobre estos activos.

Un activo intangible es un activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física.

## **b. Reconocimiento y medición**

El reconocimiento de una partida como activo intangible exige, para la entidad, demostrar que el elemento en cuestión cumple:

- (a) cumpla la definición de activo; y
- (b) el criterio de reconocimiento

Este requerimiento se aplicará a los costos soportados inicialmente, para adquirir o generar internamente un activo intangible, y para aquéllos en los que se haya incurrido posteriormente para añadir, sustituir partes del mismo o realizar su mantenimiento.

Un activo satisface el criterio de identificabilidad incluido en la definición de activo intangible cuando:

- (a) es separable, esto es, es susceptible de ser separado o escindido de la entidad y vendido, cedido, dado en operación, arrendado o intercambiado, ya sea individualmente o junto con el contrato, activo o pasivo con los que guarde relación; o
- (b) surge de derechos contractuales o de otros derechos legales, con independencia de que esos derechos sean transferibles o separables de la entidad o de otros derechos u obligaciones.

Un activo intangible se reconocerá si, y sólo si:

- (a) es probable que los beneficios económicos futuros que se han atribuido al mismo fluyan a la entidad; y
- (b) el costo del activo puede ser medido de forma fiable.

El criterio de reconocimiento basado en la probabilidad siempre se considera satisfecho en el caso de los activos intangibles que son adquiridos independientemente o en una combinación de negocios.

Un activo intangible se medirá inicialmente por su costo.

**c. Costo de un activo intangible adquirido de forma independiente**

Comprende:

- (a) el precio de adquisición, incluidos los aranceles de importación y los impuestos no recuperables que recaigan sobre la adquisición, después de deducir los descuentos comerciales y las rebajas; y
- (b) cualquier costo directamente atribuible a la preparación del activo para su uso previsto.

Según lo establecido en la NIIF 3 Combinaciones de Negocios , si se adquiere un activo intangible en una combinación de negocios, el costo del mismo será su valor razonable en la fecha de adquisición. Las únicas circunstancias en las que podría no ser posible medir de forma fiable el valor razonable de un activo intangible adquirido en una combinación de negocios se darán cuando el activo intangible surja de derechos legales o contractuales y además: (a) no sea separable; o (b) sea separable, pero no exista un historial o evidencia de transacciones de intercambio para el mismo activo u otros similares, y la estimación del valor razonable dependa de variables que no se pueden medir.

**d. Otros activos intangibles generados internamente**

La plusvalía generada internamente no se reconocerá como un activo.

No se reconocerán activos intangibles surgidos de la investigación (o de la fase de investigación en proyectos internos). Los desembolsos por investigación (o en la fase de investigación, en el caso de proyectos internos), se reconocerán como gastos del periodo en el que se incurran.

Un activo intangible surgido del desarrollo (o de la fase de desarrollo en un proyecto interno), se reconocerá como tal si, y sólo si, la entidad puede demostrar todos los extremos siguientes:

- (a) Técnicamente, es posible completar la producción del activo intangible de forma que pueda estar disponible para su utilización o su venta.
- (b) Su intención de completar el activo intangible en cuestión, para usarlo o venderlo.
- (c) Su capacidad para utilizar o vender el activo intangible.
- (d) La forma en que el activo intangible vaya a generar probables beneficios económicos en el futuro. Entre otras cosas, la entidad debe demostrar la existencia de un mercado para la producción que genere el activo intangible o para el activo en sí, o bien, en el caso de que vaya a ser utilizado internamente, la utilidad del mismo para la entidad.
- (e) La disponibilidad de los adecuados recursos técnicos, financieros o de otro tipo, para completar el desarrollo y para utilizar o vender el activo intangible.
- (f) Su capacidad para medir, de forma fiable, el desembolso atribuible al activo intangible durante su desarrollo.

No se reconocerán como activos intangibles las marcas, las cabeceras de periódicos o revistas, los sellos o denominaciones editoriales, las listas de clientes u otras partidas similares que se hayan generado internamente.

El costo de un activo intangible generado internamente, será la suma de los desembolsos incurridos desde el momento en que el elemento cumple las condiciones para su reconocimiento.

Los desembolsos realizados sobre una partida intangible se reconocerán como gastos cuando se incurra en ellos, a menos que se dé una de las siguientes circunstancias:

- (a) Formen parte del costo de un activo intangible que cumpla los criterios de reconocimiento.
- (b) La partida haya sido adquirida en una combinación de negocios, y no pueda ser reconocido como un activo intangible.

En ese caso, este importe (incluido en el costo de la combinación de negocios) formará parte del importe atribuido al plusvalía comprada en la fecha de adquisición (véase la NIIF 3 Combinaciones de Negocios ).

#### **e. Medición posterior al reconocimiento**

La entidad elegirá como política contable el modelo del costo o el modelo de revaluación Si un activo intangible se contabiliza según el modelo de revaluación, todos los demás activos pertenecientes a la misma clase también se contabilizarán utilizando el mismo modelo, a menos que no exista un mercado activo para esa clase de activos.

Modelo del costo: Con posterioridad a su reconocimiento inicial, un activo intangible se contabilizará por su costo menos la amortización acumulada y el importe acumulado de las pérdidas por deterioro del valor.

Modelo de revaluación: Con posterioridad al reconocimiento inicial, un activo intangible se contabilizará por su valor revaluado, que es su valor razonable, en el momento de la revaluación, menos la amortización acumulada, y el importe acumulado de las pérdidas por deterioro del valor que haya sufrido. Para fijar el importe de las revaluaciones, el valor razonable se determinará por referencia a un mercado activo.

Las revaluaciones se harán con suficiente regularidad, para asegurar que el importe en libros del activo, en la fecha del balance, no difiera significativamente del que podría determinarse utilizando el valor razonable.

Un mercado activo es un mercado en el que se dan todas las siguientes condiciones:

- (a) Los bienes o servicios intercambiados en el mercado son homogéneos;
- (b) Se pueden encontrar en todo momento compradores o vendedores para un determinado bien o servicio; y
- (c) Los precios están disponibles para el público.

Cuando se incremente el importe en libros de un activo intangible como consecuencia de una revaluación, dicho aumento se llevará directamente a una cuenta de superávit de revaluación, dentro del patrimonio neto. No obstante, el incremento se reconocerá en el resultado del periodo en la medida en que suponga una reversión de una disminución por devaluación del mismo activo, que fue reconocida previamente en resultados.

Cuando se reduzca el importe en libros de un activo intangible como consecuencia de una revaluación, dicha disminución se reconocerá en el resultado del periodo. No obstante, la disminución será cargada directamente al patrimonio neto contra cualquier superávit de revaluación reconocido previamente en relación con el mismo activo, en la medida que tal disminución no exceda del saldo de la citada cuenta de superávit de revaluación.

#### **f. Vida útil**

Una entidad evaluará si la vida útil de un activo intangible es finita o indefinida y, si es finita, evaluará la duración o el número de unidades productivas u otras similares que constituyan su vida útil. La entidad considerará que un activo intangible tiene una vida útil indefinida cuando, sobre la base de un análisis de todos los factores relevantes, no exista un límite previsible al periodo a lo largo del cual el activo se espera que el activo genere entradas de flujos netos de efectivo para la entidad.

Vida útil es:

- (a) El periodo durante el cual se espera sea utilizar el activo por parte de la entidad; o bien
- (b) El número de unidades de producción o similares que se espera obtener del mismo por parte de la entidad.

La vida útil de un activo intangible que surja de un contrato o de otros derechos legales no excederá el periodo del contrato o de los citados derechos legales, pero puede ser inferior, dependiendo del periodo a lo largo del cual la entidad espera utilizar el activo.

Si el contrato u otros derechos legales se han fijado durante un plazo limitado que puede ser renovado, la vida útil del activo intangible incluirá el periodo de renovación sólo si existe evidencia que soporte la renovación por la entidad sin un costo significativo. Para determinar si se ha deteriorado el valor de los activos intangibles, la entidad aplicará la NIC 36 Deterioro del Valor de los Activos.

#### **g. Activos intangibles con vidas útiles finitas**

El importe amortizable de un activo intangible con una vida útil finita, se distribuirá sobre una base sistemática a lo largo de su vida útil. Importe amortizable es el costo de un activo o la cantidad que lo sustituya, una vez deducido su valor residual. La amortización comenzará cuando el activo esté disponible para su utilización, es decir, cuando se encuentre en la ubicación y condiciones necesarias para que pueda operar de la forma prevista por la gerencia.

La amortización finalizará en la fecha más temprana de las siguientes:

la fecha en la que el activo se clasifique como disponible para la venta (o se incluya en un grupo de elementos en desamortización)

que se clasifique como disponible para la venta) de acuerdo con la NIIF 5 Activos No Corrientes Mantenedos para la Venta y Operaciones Discontinuas y la fecha en que el activo sea dado de baja en cuentas. El método de amortización utilizado reflejará el patrón de consumo esperado, por parte de la entidad, de los beneficios económicos futuros derivados del activo. Si este patrón no pudiera ser determinado de forma fiable, se adoptará el método lineal de amortización. El cargo por amortización de cada período se reconocerá en el resultado del periodo, a menos que otra Norma permita o exija que dicho importe se incluya en el importe en libros de otro activo.

Valor residual de un activo intangible es el importe estimado que la entidad podría obtener de un activo por su venta o disposición por otra vía, después de haber deducido los costos estimados para su venta o disposición por otra vía, si el activo tuviera ya la edad y condición esperadas al término de su vida útil. Se supondrá que el valor residual de un activo intangible es nulo a menos que:

- (a) Exista un compromiso, por parte de un tercero, para comprar el activo al final de su vida útil; o que
- (b) Exista un mercado activo para el activo intangible, y además:
  - (i) pueda determinarse el valor residual con referencia a este mercado; y
  - (ii) sea probable que ese mercado subsista al final de la vida útil del mismo.

Tanto el periodo como el método de amortización utilizados para un activo intangible con vida útil finita se revisarán, como mínimo, al final de cada periodo. Si la nueva vida útil esperada difiere de las estimaciones anteriores, se cambiará el periodo de amortización para reflejar esta variación. Si se ha experimentado un cambio en el patrón esperado de generación de beneficios económicos futuros por parte del activo, el método de amortización se modificará para reflejar estos cambios. Los efectos de estas modificaciones en el

periodo y en el método de amortización, se tratarán como cambios en las estimaciones contables, según lo establecido en la NIC 8.

#### **h. Activos intangibles con vidas útiles indefinidas**

Los activos intangibles con una vida útil indefinida no se amortizarán. Según la NIC 36 Deterioro del Valor de los Activos, la entidad comprobará si un activo intangible con una vida útil indefinida ha experimentado una pérdida por deterioro del valor comparando su importe recuperable con su importe en libros (a) anualmente, y (b) en cualquier momento en el que exista un indicio de que el activo puede haber deteriorado su valor.

La vida útil de un activo intangible que no está siendo amortizado se revisará cada periodo para determinar si existen hechos y circunstancias que permitan seguir manteniendo una vida útil indefinida para ese activo. Si no existen esas circunstancias, el cambio en la vida útil de indefinida a finita se contabilizará como un cambio en una estimación contable, de acuerdo con la NIC 8 Políticas Contables, Cambios en las Estimaciones Contables y Errores.

#### **4. Las organizaciones del conocimiento**

Análogamente a la globalización, las organizaciones indicadas no se están dando homogénea, geográfica, ni sectorial.

La competencia empresarial es un paradigma de la teoría del conocimiento (Knowledge Based Economy) requerirá de organizaciones del conocimiento capaces de conseguir ventajas competitivas en consecuencia, la gestión del conocimiento se convertirá en la actividad sensible que determine el conocimiento.

Según datos de la OCDE, la distribución del valor agregado y el empleo por sectores es muy heterogénea. Así, los servicios intensivos del conocimiento (educación, comunicación, información, etc.) crecen muy rápido,

estimándose que más del 50% del PBI, de las principales actividades del OCDE están basadas en el conocimiento.

#### **4.1. Rasgos que destaca Waterhouse Cooper en las organizaciones del conocimiento:**

En la realidad puede resultar riesgoso definir como pueden ser las organizaciones basadas del conocimiento, con nuestras propias palabras. Por tal razón usaremos de referencia por consultoras, sociedades auditoras con reconocimiento a nivel mundial como lo es la definición hecha por la Price Waterhouse Cooper (2002) destaca algunos de los rasgos identificativos de este tipo de organizaciones:

- a. Sus productos siguen una tendencia al alza respecto al contenido de la información.
- b. Sus productos y procesos poseen mayor capacidad para introducir rápidamente cambios de diseño.
- c. Sus procesos productivos cuentan como norma con flexibilidad.
- d. Equipos especializados que permiten rápidas modificaciones en la producción, eficiencia en la fabricación de productos, diversidad de modelos, etc.
- e. Dinamismo tecnológico que permite la integración del diseño en el proceso productivo.
- f. Innovación organizativa tendente a formalizar redes de procesos integradas con especial atención en las conexiones.
- g. Modernización de la gestión de los Recursos Humanos.
- h. Capacidad de aprendizaje.

### **5. El conocimiento concepto y contexto**

Ante un concepto tan utilizado como “concepto” surge una incógnita dentro de la gestión y dirección de las empresas, dando respuesta a esta incógnita según lo investigado del conocimiento se puede representar como una capacidad que tienen los individuos de las organizaciones que se permite la identificación, la clasificación, interpretación y generación de nuevo

conocimiento. Básicamente el conocimiento es de característica cualitativa y es capaz de dotar de sentido a la información.

### **5.1. Rasgos que definen el conocimiento**

- a. Básicamente, es una facultad humana e individual que reside en las personas.
- b. Se genera fruto de la experiencia y de la reflexión.
- c. Es intangible y a menudo aparece en nuestra mente cuando se necesita para resolver un problema o tomar una decisión.
- d. Se transmite de generación en generación a través de historias, reuniones y prácticas informales.
- e. El conocimiento nuevo se genera en la frontera del viejo.
- f. Evoluciona en el tiempo y se genera en las interacciones que se produce entre las personas, organizaciones y éstas con el entorno.
- g. Depende de un contexto específico (en un tiempo y espacio particulares).

Por tanto, la gestión del conocimiento tiene que establecer las condiciones óptimas para que se puede potenciarla, la identificación, la administración, intercambio de información, así como desarrollo y sociabilización del conocimiento. En tanto que la capacidad organizativa, es la gestión de como los trabajadores innovan dentro de la organización y generación de diversos sistemas de la empresas tanto interna como externa. En definitiva, se ha de perseguir, contar con una organización totalmente abierta y adaptable al aprendizaje (SENGE, 1992).

### **5.2. Elementos relacionados con el conocimiento**

El conocimiento es un concepto complejo que implica la interacción de distintos elementos. A modo de clasificación podemos diferenciar entre aquellos elementos susceptibles para ser materializados en un soporte determinado, como son los datos y la información y aquellos que no son susceptibles a no ser materializados como la inteligencia, el aprendizaje y el conocimiento. El objetivo de esta clasificación es que categorizar de

forma utilitaria esta serie de elementos que interactúan de manera relacionada y así poder gestionar mejor en la organización.

### Ilustración 1: Elementos del conocimiento



Fuente y elaboración: Seguí. E. (2007). La gestión del capital intelectual en las entidades financieras. Caracterización del capital humano en las cooperativas de crédito. Valencia: Universidad de Valencia.

#### a. Los datos

Son elementos de la realidad abstraídos de la misma, a fin de identificar de hechos a forma discreta, como lo dice Thomas Davenport y Larry Prusak en su *Weseller Kowledg*.

Atendiendo a su definición, los datos no aportan por si solos una explicación sobre los sucesos que lo escriben. Por tanto han de ser interpretados por las personas para que den un significado y puedan generar una utilidad. Los datos tienen de carácter estático pero de interpretación variable.

La complejidad de la toma de decisiones empresariales donde se busca una mayor obtención de datos para sí disminuir la incertidumbre empresarial. En conclusión se puede afirmar que los datos no son considerados como una fuerte fuente de valor añadido para la organización si es que no cuentan con las personas que le den adecuada interpretación, el capital humano idóneo.

#### b. La información

A partir de datos seleccionados, organizados y procesados de acuerdo a criterios establecidos se genera la información. La información depende tanto de los esquemas mentales como las intenciones de los informadores, ya que estos dan la forma o la informa a los datos.

Dado que la información está constituida por datos, esta es materializarles en soportes que permiten su clasificación, almacenamiento y transferencia, siendo estas actividades las tareas fundamentales de la gestión de la información. Esta naturaleza física es la que permite evaluar la información desde un punto cualitativo y cuantitativo.

Los métodos básicos para convertir datos a información y al mismo tiempo dotarlos de significado son; la categorización, la contextualización, el análisis y la síntesis. Eso sí, para todo método de generación de información se requiere siempre de actividad humana inteligente para poner los datos en una “base de datos” que genera una información definitiva.

Por lo tanto, el desarrollo de soportes tecnológicos avanzados han facilitado la generación de información, el conocimiento es un concepto íntimamente relacionado con las personas hoy por hoy indisoluble, respecto a estos.

### **c. La inteligencia**

La capacidad de plantear y de resolver problemas no rutinaria. El concepto de inteligencia esta inseparablemente al de innovación puesto que sin la aplicación de inteligencia todo sería mecánica y solo respondería a situaciones predefinidas. Por el contrario la aplicación de inteligencia humana produce múltiples innovaciones en diversas dimensiones.

Cabe señalar la aplicación de la inteligencia parte siempre de la respuesta de un impulso, siendo un impulso propio de un ser racional. Si no existiese necesidad de innovación en cualquiera de los sentidos posibles no se podrá generar inteligencia que comprendan y modifique la realidad existente.

La aplicación de la inteligencia es un proceso individual, la conducta inteligente puede potenciarse por los colectivos. De esta forma el concepto de organizaciones inteligentes porque sus miembros

desarrollan gran número inteligentes. Realizar las actividades inteligentes individuales o colectivas incrementa la generación de nuevas actividades de este tipo por lo que la cultura de la organización deberá incluir hábitos que la fomenten.

#### **d. El aprendizaje**

Se erige en el proceso mediante el cual se adquiere el conocimiento. Por lo tanto, es lógica la propensión de las personas al aprendizaje ya que supone el principal mecanismo para la socialización y la supervivencia. Las personas de cada situación extraen conclusiones aprendiendo de estas para el futuro, ya sea mediante la prueba y error, imitación u otros métodos.

Cuando el proceso de aprendizaje se realiza de forma intencionada, mediante una metodología y objetivos determinados, nos encontramos en el caso de la “formación”. Bajo esta nueva perspectiva, como formación, también tenemos que tener en cuenta las interacciones interpersonales que tengan como objetivo provocar el aprendizaje no solo en el ámbito como de la persona sino también en el ámbito organizativo “aprendizaje organizacional”.

#### **e. El conocimiento**

El conocimiento es el resultado de la aplicación de la inteligencia sobre la información en un contexto y un propósito determinado. Según Davenport y Prusak (2001) a la hora de definir el conocimiento: “mezcla fluida de experiencia enmarcada, valores, información contextual, y discernimiento experto que proporciona un marco de referencia para evaluar e incorporar nuevas experiencias e información”.

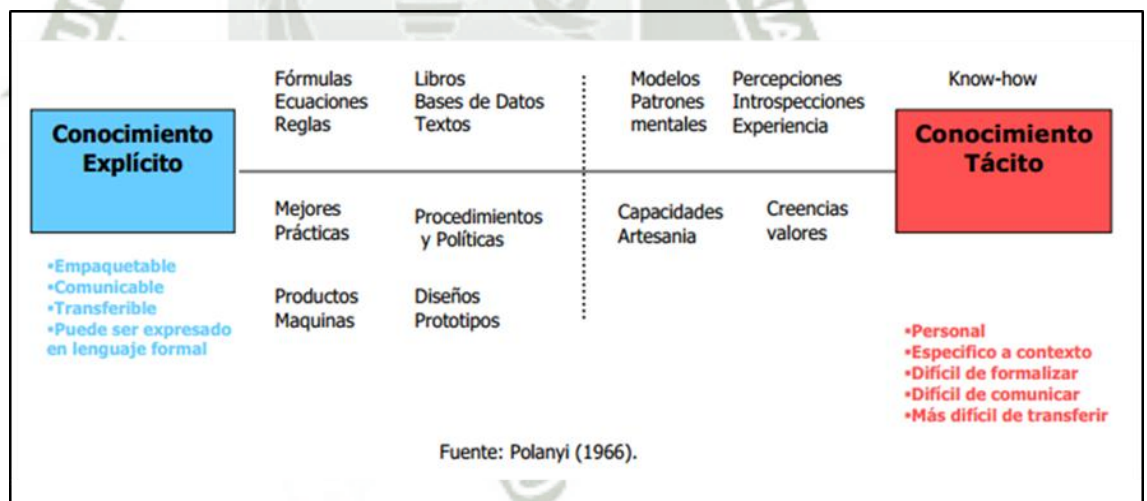
La característica más distintiva del conocimiento respecto los datos o la información es el hecho de que se trata de un elemento fundamentalmente mental. Esta particularidad resulta trascendente ya que no le permite ser descontextualizado de los modelos mentales, relaciones, valores, creencias, emociones, etc. que lo motivaron. La principal dificultad, por lo tanto, está en la transmisibilidad de algunas

de sus características ya que no son materializables en ningún tipo de soporte.

En esta dirección, Polanyi (1966) describió que el conocimiento se mueve de forma continua desde la menor a la mayor conciencia del mismo (de lo tácito a lo explícito), y desde la imposibilidad de ser transmitido a la objetivación y registro del mismo. Polanyi también señaló que, independientemente de donde se sitúe el contenido del conocimiento en cada instante, el proceso requiere de interiorización por parte del receptor.

Así, interiorización y conocimiento resultan consustanciales por lo que, para Polanyi, es el conocimiento tácito el que integra todos los conocimientos parciales, representando una capacidad de integración, de identificación de relaciones, etc. la mayoría de veces imposible de codificar y de transmitir. Gráficamente, el modelo de Polanyi se representaría según la figura siguiente:

**Ilustración 2:** Modelo del conocimiento de Polanyi



### 5.3. Evolución del conocimiento en función del grado de conciencia

A partir de este punto, se podrían sugerir algunas de las características definidoras del conocimiento cara a su potencial operacional. Algunos de estos perfiles serían:

- a. El conocimiento se puede estudiar como un conjunto integrado de experiencia capitalizada, valores, información contextualizada y experiencia interiorizada cara a la configuración de esquemas mentales (nuevos o ya existentes).
- b. La indisolubilidad del conocimiento del conocedor. Por tanto, la existencia del conocimiento implica la de una mente como agente de procesamiento.
- c. Sólo parte del conocimiento es materializarle en algún soporte (conocimiento explícito) facilitando su codificación y transmisión. A partir de él cabe generar procesos que creen nuevo conocimiento.
- d. La mayor parte del conocimiento es tácito y, consecuentemente, imposible de materializar y transmitir. Además, resulta más relevante ya que recoge los criterios para la toma de decisiones y para las situaciones complejas.
- e. El conocimiento se aborda desde una doble perspectiva: como contenido (almacenable y accesible aunque requiera la intervención de individuos y estar dispuesto en función de objetivos) o como proceso (conocimiento como resultado de la acción de la inteligencia sobre la información).

## **6. La gestión del conocimiento**

Son diferentes las metodologías, que se puedan plantear con el nombre de Gestión del Conocimiento o Gestión del Capital Intelectual, a causa que existen diferentes enfoques y escuelas que en la actualidad la definen.

De forma general, Sveiby (2000), las define como “el arte de crear valor a partir de los activos intangibles”. Aunque existen otras definiciones interesantes como las de Brooking (1997) que las concibe como “la actividad que se preocupa de la estrategia y la táctica para gestionar activos centrados en las personas”, o de Bueno (1999b) que la ve como “la función que planifica, coordina y controla los flujos de conocimiento que se producen en la empresa en relación con sus actividades y con su entorno a fin de crear unas competencias básicas esenciales”.

Andreu y Sieber (1999) también definen la gestión del conocimiento como "el proceso que continuamente asegura el desarrollo y aplicación de todo tipo de conocimientos pertinentes en una empresa, con objeto de mejorar su capacidad de resolución de problemas y así contribuir a la sostenibilidad de sus ventajas competitivas.

### 6.1. Fases de la gestión del conocimiento

La gestión del conocimiento del capital intelectual de una organización supone, la construcción de un modelo que simule la capitalización de una organización. De esta forma se pueden sugerir 5 fases, tomando investigaciones en las últimas épocas:

- a. La auditoría del conocimiento.
- b. Su localización, organización y almacenamiento.
- c. Su transmisión y compartimiento.
- d. Su utilización y capitalización.
- e. Su creación.

**Ilustración 3:** Fases del conocimiento



Fuente y elaboración: Seguí. E. (2007). La gestión del capital intelectual en las entidades financieras. Caracterización del capital humano en las cooperativas de crédito. Valencia: Universidad de Valencia.

### 6.2. Escuelas y tendencias en la gestión del conocimiento

La gestión del conocimiento ha sido vista por diferentes enfoques y distintos autores. Actualmente se puede hablar de escuelas del conocimiento o del pensamiento, donde se podrían identificar tres perspectivas distintas acerca de la gestión del conocimiento.

**a. La Escuela Europea:**

La perspectiva europea en gestión del conocimiento se ha centrado históricamente en la definición de sistemas para medir el valor de los activos intangibles en la empresa (Capital intelectual).

**b. La Escuela Japonesa:**

Por otro lado, la perspectiva nipona se ha caracterizado por estar fundamentada sobre los aspectos más abstractos del conocimiento, es decir, sobre el conocimiento tácito y sus aspectos menos materiales realizables (como el know-how, la empatía o la sabiduría).

**c. La Escuela Norteamericana:**

El enfoque norteamericano –por último- se ha basado en el uso de las tecnologías de la información como herramienta principal para la gestión del conocimiento. Por tanto, el conocimiento en este caso está codificado y almacenado en bases de datos de forma que pueda ser de fácil uso y acceso para las personas de la organización. Consecuentemente, las actividades de clasificar, categorizar, organizar, distribuir y mantener al día las bases de datos se convierten en prioritarias.

**d. Periodo de Convergencia de la Escuela**

La existencia de perspectivas tan diferentes, en un periodo donde antes no se unificarían podemos ver que hoy en día estamos en un periodo de convergencia tanto como las tendencias americanas, europeas y asiáticas convergen porque las barreras antes existentes ya se minimizaron hasta el punto de casi eliminarse, por medio de la globalización internacional y la convergencia de mercados.

De este modo, la escuela europea pretende ir más allá de la medición del capital intelectual mediante el estudio de la aplicación del conocimiento, la escuela japonesa incorpora a su perspectiva aspectos relativos a la medición del capital intelectual y a las

tecnologías de la información, y la escuela norteamericana avanza en la influencia del factor humano en la gestión del conocimiento.

### 6.3. Modelos generales para la gestión del conocimiento

Un modelo válido para toda la gestión de conocimiento debería cumplir con dos aspectos mínimos según lo investigado.

- a. Identificar el conocimiento de que dispone la organización (también aquel con que desearía contar). Es decir, aquello que se conoce como *Core knowledge* que representa el conocimiento imprescindible y crítico en una organización.
- b. El modelo debería tanto detallar cómo se puede crear el conocimiento necesario, como describir la capacidad de absorber conocimiento, representar el proceso de asimilación del conocimiento y explicar cómo se puede aplicar el conocimiento a determinadas situaciones.
- c. Representar, clasificar, estructurar y archivar el conocimiento.
- d. Definir la transmisión y difusión de conocimiento, utilizando la tecnología, etc. para el conocimiento explícito y el trabajo en equipo u otros medios para el conocimiento tácito.
- e. Medir el conocimiento existente en la organización.

### 6.4. Modelos de gestión del conocimiento según los siguientes autores:

Un modelo solo pretende simplificar la realidad, facilitar la implementación en una organización, pero siempre toda implementación generara divergencias que tendrán que ser reutilizadas como un input, para la definición y perfeccionamiento del modelo. Entonces la creación de un modelo se convierte en un modo, es decir en una referencia en no en un fin algo no inalterable o inmutable. De esta forma, básicamente a partir de las tareas descritas en las cinco fases indicadas en el modelo general, diversos autores y consultoras han propuesto y aplicado algunos modelos operativos para la gestión del conocimiento en empresas concretas.

### a. Modelo Arthur Andersen.

El modelo de esta consultora desaparecida, donde la gestión del conocimiento se embarcaba, liderazgos, cultura, procesos, tecnología y sistemas de innovación. Así la cultura debía estimular el aprendizaje y las actividades innovadoras El liderazgo debía definir la estrategia organizativa y el papel del conocimiento para fortalecer sus capacidades esenciales.

Respecto a los procesos, la gestión del conocimiento exigía concretar aquellos mediante los cuales la organización capturaba, registraba y difundía el conocimiento. La tecnología, por su parte, tenía que representar el soporte de la comunicación entre los miembros de la organización.

El modelo Anderesen diferenciaba entre la faceta individual y organizativa, donde identificaba dos tipos para la transferencia:

**i. Sharing networks:** herramientas que permiten el ingreso a una comunidad de prácticas de personas con objetivos comunes. Estas comunidades virtuales o reales, pueden construirse mediante foros de discusión, entornos de trabajo en grupo (workshops, proyectos, etc.), etc.

**ii. Arthur Andersen Knowledge Space:** base de datos donde se almacenaban tanto las mejores prácticas como informes, metodologías, propuestas, etc. Para la consultora, representaba la columna vertebral de la infraestructura capaz de “empaquetar” el conocimiento.

### b. Modelo KPMG Consulting.

Este modelo prioriza el aprendizaje organizativo que a su vez trasladara el dicho aprendizaje a los individuos de la organización. El modelo se centra en el proceso de dirección de personas y en la implantación de sistemas organizativos de información y de comunicación eficaces para posibilitar la gestión del conocimiento. La característica definidora del modelo se basa en la interacción de

todos sus elementos (estructura, cultura, liderazgo, trabajo en equipo, etc.), de forma que constituyan un sistema complejo donde todas sus partes se influyeran. Donde se identifican tres aspectos fundamentales:

- i. Debe existir un compromiso de la organización para un aprendizaje organizativo continuo a todos los niveles.
- ii. Es imprescindible comportamientos y mecanismos de aprendizaje a todos los niveles, desde la cabeza del organigrama empresarial hasta la última base.
- iii. Por el último resulta el desarrollo de infraestructuras organizativas.

### **c. Modelo de Nonaka y Takeuchi.**

El modelo de Nonaka y Takeuchi (1995) representa una referencia central en la gestión del conocimiento, siendo -además del pionero- el modelo más repetido a lo largo de la bibliografía existente sobre la materia. Este modelo pretende describir cómo una organización crea conocimiento y -a pesar de su simplicidad- está basado en la generación del conocimiento como un proceso individual. Por tanto, aquello que podemos entender por el proceso de conocimiento organizativo es la extensión al resto de la organización del conocimiento creado por los individuos, cristalizándolo además como parte del conocimiento organizativo.

En primer lugar, cabe distinguir entre el entorno donde el conocimiento se produce (individual, grupal, organizativo o inter organizativo) y la forma en que el conocimiento se transforma de tácito a explícito y a la inversa. En este modelo, por lo tanto, las interacciones existentes entre conocimiento tácito y explícito suponen la referencia central en el aprendizaje organizativo y en la emergencia de la innovación (mediante la transformación de conocimiento individual en organizativo).

## **7. La contabilidad en la economía del conocimiento crisis y oportunidades**

La contabilidad representa la parte fundamental de la información financiera, remontándose en las bases más 500 años atrás, donde hoy en día se siguen considerando por tres aspectos fundamentales; facilitar información económica financiera, obtener resultados, en un determinado momento medir los resultados por las gestiones.

La finalidad de los estados financieros es suministrar información acerca de la situación financiera de la entidad (activos, pasivos y patrimonio neto), de su rendimiento financiero (ingresos, gastos, pérdidas y ganancias) y de sus flujos de efectivo, de tal forma que resulte de utilidad a una amplia variedad de usuarios al tomar sus decisiones económicas.

Sin embargo, la contabilidad no ha permanecido al margen de los cambios percibidos de nuestro modelo económico y su relevancia se ha puesto entre dicho últimamente ya que los propios estados contables han perdido validez, como ejemplos que podemos encontrar los escándalos financieros en la bolsa de Wall Street.

La respuesta para eliminar la brecha de estos problemas financieros, ha sido la globalización de las Normas de Información Financiera (NIIF), para que exista una información fiable, relevante y comparable. Cada vez los países menos más desarrollados estamos avanzados y los países más desarrollados están mejorando este control. Pero aun así vivimos en una realidad, donde pueda existir una crisis de información financiera.

### **7.1. La crisis de la información financiera**

El modelo económico en el que estamos inmersos actualmente, ha puesto de manifiesto la crisis la información financiera clásica.

Esta incertidumbre en la que vivimos actualmente, donde la información financiera que disponemos, a veces no llega hacer de la total fiabilidad que esperamos porque de por medio existe los intereses, de las

personas que puedan llegar a manipular la información, en el proceso de generación de información financiera.

## 7.2. Deficiencias en la información financiera

Respecto a las diferencias intrínsecas de la actual información financiera, Di piazza y Eccles (2002), ponen de manifiesto la actual carencia de credibilidad de la contabilidad cuando indica que para conocer la imagen fiel de las empresas- sólo el 20% de los analistas, inversores y ejecutivos considera útil la información financiera elaborada a partir de la normativa contable vigente. Consecuentemente, los usuarios de la información financiera detectan graves deficiencias en la actual información financiera.

A juicio de Amat (2002) cabe destacar las siguientes:

### a. Precio de adquisición:

En la normativa contable actual los principios de prudencia y de precio de adquisición resultan preeminentes, lo cual provoca que un activo se valore al precio más bajo entre el valor de mercado y el precio de adquisición (especialmente en los inmuebles). Además, las amortizaciones acumuladas inciden sobre el valor contable del activo (minorándolo).

### b. Diferencias contables internacionales:

En una economía globalizada como la actual, la competitividad de las empresas no sólo pasa por operar en distintos países, sino también por acceder a fuentes de financiación internacionales. De este modo, las empresas que deben elaborar sus estados contables atendiendo a diversas normativas comprueban como una misma transacción económica incide de forma diferente en sus cuentas anuales dependiendo de la normativa que se aplique.

Las áreas de valoración de activos, de tratamiento de ingresos y gastos, de dotación de amortizaciones y provisiones, de *stock options* o de I+D son aquellas dónde se detectan más diferencias entre los criterios de valoración utilizados por las distintas normativas.

La siguiente tabla muestra los resultados netos en 2001 de empresas que cotizan tanto en la bolsa española como en la norteamericana (y que utilizan los GAAP para presentar sus cuentas anuales en EE.UU.). Las importantes diferencias observadas llevan a pensar que la comparabilidad de los estados contables de empresas de distintos países es –como mínimo– dificultosa. Evidentemente, en un contexto como el que vivimos, estas diferencias afectan a la credibilidad de la contabilidad entre los usuarios.

**Tabla 1:** Resultados netos de empresas españolas y estadounidenses que cotizan en las bolsas de valores

<b>COMPAÑÍA</b>	<b>Resultado Neto normas contables españolas</b>	<b>Resultado Neto normas contables USA</b>
BBVA	+2.363	+680
ENDESA	+1.479	+1.034
SCH	+2.486	+2.176
REPSOL	+1.025	+980
TELFÓNICA	+2.106	-7.182
TELFÓNICA MÓVILES	+893	+320
TERRA	-566	-11.411
<b>TOTAL</b>	<b>+9.786</b>	<b>-13.403</b>

Fuente: Amada (2002)

### c. Intangibles

Los cimientos de la actual contabilidad se establecieron hace siglos, cuando los activos fundamentales de una empresa eran los tangibles (construcciones, maquinaria, existencias...). Hoy, el valor de nuestras empresas viene terminado en gran parte por los intangibles tales como la marca, el saber-hacer, la tecnología, la clientela, etc. Todos estos activos se hallan fuera de los estados contables, lo que justifica las diferencias entre su valor contable y el de mercado.

Así, una medición insuficiente de los intangibles (debido a la utilización de métodos clásicos de valoración) puede llevar a la asignación ineficiente de los recursos materiales, financieros y humanos. A modo de ejemplo, a 31 de marzo de 2002, el valor de

mercado de las 500 empresas incluidas en el índice Standard&Poors (S&P) superaba en 4,3 veces su valor contable.

Es decir, más del 80% de su valor de cotización estaba 'fuera' del balance. Es decir hoy en día se puede apreciar como el valor en libros, no siempre es el mismo del valor de mercados, como el valor de una acción puede ser tan variable día a día, y como este valor de mercado no está haciendo reflejado en la contabilidad de hoy.

Tal y como muestra la siguiente figura, desde principios de los 80, la evolución del ratio precio/valor contable de las empresas pertenecientes al índice S&P no ha parado de crecer. Análogamente, a fecha 11 de agosto de 2002, la diferencia para los valores incluidos en el IBEX-35 era de 3,5 veces.

No obstante, cabe puntualizar que -al reflejarse los activos materiales y financieros por su precio de adquisición- el valor de mercado también incluye la diferencia entre éste y su valor actual. Sin embargo, Hall (2000) demostró que incluso teniendo en cuenta este impacto se obtiene un valor superior a 3 para el ratio valor de mercado/valor contable.

**Ilustración 4:** Media de valores mensuales (ratio precio/valor contable) de las acciones para las empresas del índice 500 S&P.



Fuente: Lev (2003)

#### **d. Contabilidad creativa**

Se refiere al amplio margen de maniobra de que disponen las empresas a la hora de registrar un hecho contable. Así, la contabilidad creativa cuenta con un vasto campo de operaciones para que los estados contables reflejen aquello que interesa a los directivos de las empresas en ocasiones en perjuicio del resto de stakeholders.

La contabilidad creativa es manipular la información según los intereses de las personas, existen tratamientos alternativos comprendidos por la normativa para un mismo hecho contable lo que permite adoptar criterios más o menos conservadores en función de los intereses. La normativa vigente no regula completamente algunos tipos de operaciones, podemos tomar ejemplo como la contabilidad ambiental, la contabilidad minera, la contabilidad de los intangibles, etc. Lo que amplía las posibilidades de la contabilidad creativa.

### **7.3. Oportunidades de mejoras en medio de una crisis**

#### **a. El proceso de integración contable global: las normas internacionales contables (NIC)**

La globalización se ha caracterizado por entre otros hechos la competencia empresarial más allá de los mercados domésticos, la búsqueda de financiación en mercados de capitales de otros países, etc. Estos contextos suponían realidades cotidianas que representaban un problema empresarial debido a las distintas y heterogéneas normas contables que afectaban a los negocios. Por tal motivo se tuvo que uniformizar la información contable a nivel internacional.

Como en tantos otros aspectos, los mercados de capitales han representado la vanguardia de la globalización y –como ejemplo

ilustrativo de la problemática contable es útil observar a las empresas no norteamericanas que cotizan en los mercados financieros estadounidenses. En los 80 el número de estas empresas era inferior a 100 (mayoritariamente canadienses y británicas) mientras que a finales de la década pasada eran ya 400 sociedades pertenecientes a 52 países distintos (130 de la UE). Como los mercados norteamericanos no admiten la presentación de estados contables que no atiendan a sus principios contables (los United States General Accepted Account Principales o US GAAP) las empresas globalizadas deben confeccionar sus estados contables según distintas normativas.

En este caso, el organismo regulador norteamericano de los mercados de valores, la SEC (Securities and Exchange Commission), obligaba a las empresas cotizadas allí a utilizar los US GAAP o a realizar el formulario 20F de reconciliación de las normas aplicadas a los US GAAP. Y es aquí donde empiezan a surgir los problemas, puesto que la diversidad de sistemas contables se convierte en un obstáculo para el desarrollo de la globalización.

#### **b. La información contable global: Las Normas internacionales de información financiera (NIIF)**

Con el nacimiento del IASB (International Accounting Standard Board). A partir de ese instante, el IASB fue el responsable de la emisión de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) que integraron las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC) emitidas anteriormente por el IASC. A nivel internacional, las NIIF son reconocidas como las IFRS (*International Financial Reporting Standards*).

#### **c. El Plan Contable en el Perú**

La práctica contable en el Perú, hasta mediados del siglo pasado, aplicaban la partida doble, pero muchas empresas solo llevaban el libro caja. Luego en los siguientes 20 años se mejoró la práctica contable con la formación educativa como del instituto de contadores

del Perú y con la facultad de Contabilidad y administración de la universidad mayor de san marcos.

Y por la influencias de las empresas internacionales que ya utilizaban las USGAAP, (los principios de contabilidad generalmente aceptados y usados por las compañías basadas en los EE.UU), tales como los ARB (Boletines de investigación) y los APB, sin embargo en el Perú no desarrollaba normas contables hasta la década de los 70, con la implementación del plan contable.

Creando el sistema Uniforme de contabilidad para empresas, y tomando presencia en nuestro país, con la dación del Decreto Ley N° 20172, por cuyo efecto a partir del 1º de Enero de 1974, las empresas iniciaron obligatoriamente registrar sus operaciones y presentar sus estados financieros e información complementaria a la entidad oficial competente de esa época.

En cuya norma contemplaban a las actividades económicas de los sectores agropecuario, minero y pesquero, exceptuando a las instituciones de crédito y las empresas aseguradoras, como la banca estatal y privada que comprendía todas aquellas que tenían la calidad de intermediarios financieros ya que estas empresas estaban reguladas por la superintendencia de banca y seguro.

Y que anteriormente a dicha fecha, utilizaban el plan contable tradicional Internacional y que posteriormente con la elaboración del Plan Contable General Empresarial se estableció un plan de cuentas homogéneo con criterios comunes uniformes para todas las empresas y con el fin de que estas puedan ser comparables a través del tiempo, el mismo que estuvo basado en el plan Contable Francés del año de 1957.

Posteriormente, con la publicación de la Ley del Sistema Nacional de Contabilidad N° 24680 y su Reglamento el Decreto Supremo N° 019-89-EF, estableciendo criterios de forma y fondo de la contabilidad en el Perú.

Con fecha 25/02/1984 se Publicó la Resolución CONASEV N° 006-84-EFC/94.10 sobre el Plan Contable General Empresarial, aplicables en las empresas del sector privado y público del Estado, y que estuvo vigente hasta el 31/12/2009.

Que, por Resolución N° 041-2008-EF/94 del Consejo Normativo de Contabilidad se aprobó el uso obligatorio del Plan Contable General Empresarial (PCGE); Que, mediante Resolución N° 042-2009-EF/94 del Consejo Normativo de Contabilidad se dispuso diferir el uso obligatorio del Plan Contable General Empresarial hasta el 1 de enero del año 2011, con aplicación optativa en el año 2010; Que, el Plan Contable General Empresarial establece un procedimiento de actualización y vigencia el mismo que contempla la auscultación periódica con organismos y/o profesionales de la contabilidad; Que, el artículo 10° de la Ley N° 28708, señala que las atribuciones del Consejo Normativo de Contabilidad son estudiar, analizar y opinar sobre las propuestas de normas relativas a la contabilidad de los sectores público y privado, emitir resoluciones dictando y aprobando las normas de contabilidad para las entidades del sector privado, y absolver consultas en materia de su competencia; En uso de las atribuciones conferidas en el artículo 10° de la Ley N° 28708, Ley General del Sistema Nacional de Contabilidad, y en orden a lo acordado por el Consejo Normativo de Contabilidad;

**SE RESUELVE:**

Artículo 1°.- Aprobar la versión modificada del Plan Contable General Empresarial, el mismo que forma parte de la presente Resolución y disponer su difusión en la página Web de la Dirección Nacional de Contabilidad Pública: <http://cpn.mef.gob.pe>, que entrará en vigencia a partir del 01 de enero del año 2011, con aplicación optativa en el presente año.

Artículo 2°.- Se derogan las disposiciones distintas a lo establecido en el Artículo 1° de la presente Resolución o que limiten su aplicación. Regístrese, comuníquese y publíquese.

#### **d. La emisión de normas internacionales para la *uniformación mundial***

Analizado ya el proceso de uniformización contable desde las diversas perspectivas de los actores implicados, dada sus importantes implicancias, entrara resumir el procedimiento para la emisión de una norma internacional de información financiera (NIIF).

Cómo se ha explicado anteriormente, la emisión de estas normas corresponde al International Account Standard Board (IASB). Este organismo está formado por 14 miembros de distintas procedencias, dado que –desde su fundación- se ha pretendido que el IASB no estuviese dominado por ninguna orientación contable ni por ningún área económica determinada.

Cabe indicar también que el IASB cuenta con distintos comités y grupos de asesoramiento, donde destacan el Consejo Asesor de Normas (el cual instrumentaliza las recomendaciones que grupos e individuos puedan prestar al organismo) y el Comité de Interpretaciones.

Formalmente, dentro de la emisión de normas contables resulta imprescindible distinguir los diversos trabajos que desarrolla el IASB. Así, se puede diferenciar entre:

- Proyectos de norma.
- Proyectos de declaración de principios.
- Documentos de discusión (cuentan con un período mínimo de comentarios de 4 meses).
- Proyectos de interpretación (cuentan con un período mínimo de comentarios de 2 meses).

En todos los casos, es importante insistir que la emisión de una Norma Internacional de Información Financiera es un proceso público, donde existen diferentes formas de participación. Por ejemplo: a) como miembro del Consejo Asesor; b) dentro de los comités directores; c) en grupos asesores especializados; d) enviando comentarios de

respuesta a un proyecto; e) en audiencias públicas; o f) en pruebas de campo.

Además, anualmente el IASB publica un informe donde se refleja todo el trabajo realizado por la institución y las prioridades que se establecen para el siguiente ejercicio. Este documento aporta una información útil para todos los terceros interesados, especialmente para que éstos puedan realizar sus comentarios.

## **8. La importancia de los activos intangibles en un periodo de uniformación internacional**

### **8.1. Activos intangibles: identificación, reconocimiento y valoración.**

Un adjetivo como intangible ha sido utilizado en la última década para acompañar a conceptos variados: activo, recurso, actividad, etc. Incluso, en numerosas ocasiones, el adjetivo intangible se substantiva empleándose como un nombre. Si atendemos a la bibliografía existente, el término intangible ha ido utilizado ampliamente en el campo de la contabilidad, mientras que el concepto capital intelectual ha resultado más propio del campo de los recursos humanos.

Atendiendo a Cañibano (2000), los términos intangible y capital intelectual son ambivalentes. Sólo cuando el adjetivo acompaña al sustantivo activo (activo intangible) deberá adoptarse una lectura más restrictiva, puesto que en este caso se está haciendo referencia sólo a aquellos intangibles susceptibles de ser reconocidos como activos en un balance de situación.

Con el objeto de realizar una definición conceptual precisa, la definición del profesor Baruch Lev (2003) resulta de especial interés, ya que define los intangibles como “fuentes generadoras de valor (derechos sobre bienes futuros) que carecen de sustancia física y son generados por medio de la innovación, diseños organizativos únicos o prácticas de gestión de los recursos humanos”.

Del conjunto, sólo una parte de ellos están protegidos mediante derechos, aquellos que se engloban bajo la denominación de propiedad intelectual (patentes, marcas registradas, etc.). Es importante ampliar a modo de repaso los siguientes puntos:

**a. Activos, definición según NIC / NIIF**

“Activo es un recurso controlado por la EMPRESA, como resultado de sucesos pasados, del que la misma espera obtener en el futuro, beneficios económicos”.

**b. Activos Intangibles**

Los Activos Intangibles son parte importante del valor de mercado de las empresas y organizaciones en general, su análisis corresponde a la necesidad que genera la contabilidad tradicional, porque no brinda mucha información en relación con la medición y valuación de dichos recursos.

Se ha denotado los activos intangibles con mayor importancia como generadores de valor, teniendo en cuenta que se da mayor importancia a los recursos físicos y monetarios, sin tener presente que la identificación de activos intangible es una nueva realidad, ya que en las empresas que los valoran pueden ser más eficientes y verdadera creaciones de valor.

Los activos intangibles han estado en las organizaciones desde siempre, sin embargo en la actualidad han tomado mayor importancia en las empresas, debido a que no solo los activos tangibles son relevantes para la entidad, dado que, el conocimiento es fundamental porque su contribución es muy significativa, transformándose en competitividad.

Los activos intangibles también sirven para las entidades con mayor crecimiento con su personal, para generar una nueva forma de valor, mediante sus capacidades y sus habilidades y su crecimiento de dicha entidad.

Desde un punto de vista estratégico, Porter (1991) afirma que la innovación incluye tanto la tecnología como los métodos, y abarca los nuevos productos, los nuevos métodos de producción, las nuevas formas de comercialización y la identificación de nuevos grupos de clientes. Mediante esta afirmación Porter pone énfasis en que la innovación es un proceso constante de mejora que deben realizar las empresas para lograr ventajas sostenibles.

Las empresas hoy se preocupan de las relaciones con sus clientes, en generar nuevos productos o servicios, mejorar procesos, generar conocimiento, se preocupa por el desarrollo de habilidades y por capacitar a las personas. Estos aspectos indican que la riqueza no se encuentra en recursos materiales sino en recursos inmateriales o llamados recursos intangibles, los cuales representan recursos estratégicos que generan valor y por lo tanto deben ser identificados y gestionados.

### **c. El Intangible como Capital**

Debemos entender como activos intangibles, aquellos activos no monetarios identificables, sin sustancia física, que generan beneficios económicos para la empresa.

Representan costos incurridos, derechos o privilegios que se adquieren, con el fin de que aporten beneficios específicos en la entidad, tales como la reducción de costos, aumentos en los futuros ingresos o el incremento de la productividad por el empleo de los activos intangibles.

Pueden ser generados de forma individual, en la adquisición de algún negocio donde se deben transferir los derechos legales que le permitan a la empresa identificar los activos intangibles; o en forma interna mediante el curso normal de operaciones, siendo identificable si se crean derechos legales.

Se representan como activos porque forman parte de los recursos controlados de la empresa, formando parte del valor agregado de

la misma y que generarán beneficios a futuro, aun cuando no sean físicamente visibles. Para poder controlar un activo, la entidad debe poder obtener beneficios económicos futuros que fluyan de dicho activo, así como poder restringir el acceso a otros sobre dichos beneficios.

Algunos otros activos intangibles: hardware, software, conocimientos, habilidades, patentes, diseños, derechos de autor, técnicas, programas, cultura organizacional, competitividad del personal, contratos de franquicias, imagen de la empresa, fuerza y lealtad de los clientes; por mencionar algunos.

El conocimiento, la investigación, el desarrollo de habilidades, las actitudes, el dominio de la tecnología de investigación; forman parte del capital intelectual de una organización, estando cada vez más presente y siendo la principal fuente de riquezas.

## **8.2. Tipos de Activos Intangibles:**

### **a. Activos Intangibles Visibles**

Los Activos Intangibles Visibles son aquellos en los que existe una regularización por las distintas normativas, se analiza y se compara el tratamiento que existe de las mismas, ya que no existe un criterio final, recogido de las mismas normativas y tampoco uno oficial que sea aprobado de la doctrina. Los activos intangibles visibles se detallan en los siguientes datos:

- **Activos Intangibles Identificables o separables y controlables:**

Un activo será fácilmente identificable si éste es separable, dándose a entender que cuando la empresa puede alquilar, vender, intercambiar o distribuir los beneficios económicos futuros que fluyen de otros bienes o derechos usados en el desarrollo de la actividad.

Sin embargo, la separabilidad no es condición primordial para la identificación de un activo intangible, ya que pueden existir otros medios de identificar al mismo, por ejemplo, mediante la existencia de derechos legales.

Por otro lado, un activo puede ser controlable si la empresa tiene la capacidad y la habilidad de obtener beneficios económicos futuros del mismo y de prohibir a otras empresas esa misma capacidad de beneficios, efectuando dicho control, normalmente, a través de un derecho legal, no siendo esta una condición necesaria.

Dentro de los Activos Intangibles Identificables o separables y controlables encontramos dos tipos de activos más:

- **Activos Intangibles por adquisición a terceros:**

Estos activos son el conjunto de todo lo que la empresa obtuvo por parte de terceros ya sean, las concesiones, derechos de propiedad industrial, derechos de traspaso (ya que un socio decidió dar sus acciones a otro), también tenemos los derechos de propiedad intelectual (es un derecho que tiene un autor dentro su propia mente), patentes, motivación de creatividad, derechos de autor, franquicias, marca registrada, contrato de licencia, etc.

- **Activos Intangibles Generados Internamente:**

Son gastos que se incurren dentro de la misma empresa, ya sea por un traspaso interno, aplicaciones informáticas, derechos de propiedad industrial, todo estos traspaso se generan como un gastos dentro de la entidad.

• **Activos Intangibles no Identificables o no Separables y No controlables:**

Estos activos son aquellos que contribuyen con las generación de beneficios económicos futuros, pero en cambio no son

identificables, es decir la empresa no tiene control sobre ellos no los pueden intercambiar, rentar y o vender.

A estos activos intangibles también se les puede clasificar por aquello que se generan a raíz de la adquisición de otra empresa, o un bien internamente.

- **Activos intangibles por Adquisición de otra Empresa:**

El más conocido ejemplo de este Activo Intangible vendría a ser el Fondo de Comercio o “GoodWill”, que es el valor inmaterial de la misma, derivado de factores como la clientela, la eficiencia, la organización, el crédito, el prestigio, la experiencia etc.

Este activo intangible está formado por el conjunto de bienes intangibles, como pueden ser los clientes, el nombre o razón social, una cuota de mercado, canales comerciales y otros similares que suponen valor para la empresa y que no pueden ser separados de otros elementos, de manera que no pueden transmitirse individualmente, como si fuera el caso de los Activos Intangibles Separables.

El fondo de comercio solo podrá figurar en el activo de una entidad si esta lo obtuvo de forma onerosa, es decir en el contexto de una combinación de negocios. Su valoración será la diferencia entre el importe satisfecho por la adquisición de una empresa o rama de actividad y la suma de los valores identificables de los activos individuales adquiridos menos los pasivos asumidos en la adquisición.

Debe quedar claro que el fondo de comercio no se amortiza, ni contablemente, ni fiscalmente, el tratamiento contable exige por lo menos una vez al año revisar el deterioro del valor.

**b. Activos Intangibles Ocultos:**

Y en ese punto mencionaremos, el Capital Intelectual, y sobre todo a lo que nos enfocamos a esta investigación el Capital Humano.

- **Capital intelectual**

También conocido como el Capital Intelectual. Son aquellos que tiene cada propietario de cada empresa y que se diferencia con las demás empresas, también se puede definir como las habilidades conseguidas con el tiempo las técnicas también adquiridas hacia los competidores, también se trata de las fortalezas que se consiguió dentro de la entidad y que son bases para una gran competitividad. Los Activos Intangibles ocultos son aquellos que no figuran en los estados financieros.

Nos referíamos hacia Activos Intangibles ocultos, que es conocido como el Capital Intelectual, es decir es todo aquello que se mide en la empresa de acuerdo algunas características.

La gestión del capital intelectual es la clave de la competitividad sostenida de las empresas en la nueva era del conocimiento. Su capacidad para adaptarse a un entorno dinámico y generar valor en un futuro. Ninguna Empresa, con independencia de su naturaleza, escapa a la necesidad de considerar los valores intangibles, especialmente los relacionados con la gestión, transferencia y explotación del conocimiento. El conocimiento es una facultad que permite a los hombres decidir y actuar, ante las circunstancias que se les presenta.

El Capital Intelectual como ya se sabe está formado por activos intangibles que son propiedad de las empresas y son capaces de generar riquezas a la empresa entiendo de corto o largo plazo. El capital Intelectual también se divide en 3 componente que generan la raíz de porque una empresa, si sabe usar su capital Intelectual va generar mejores bienes y servicios, dado

que con los componente que son importante se puede lograr a crecer dicha entidad.

Capital Intelectual también está conformado por el conocimiento, los valores, la creatividad, la capacidad de innovar, talento en todas su formas de desarrollarse, experiencias y competencias de los individuos dentro de la organización. Uno de los detalles más resaltantes es que una empresa no puede comprarlo, sólo contratarlo por un tiempo determinado y utilizarlo por un cierto periodo.

### **8.3. Recursos intangibles y competitividad empresarial**

La gestión de los activos intangibles se está convirtiendo, cada vez más, en una disciplina relevante en los patrones de gestión actuales, sobre todo teniendo en cuenta los condicionantes competitivos que requieren un adecuado manejo de los recursos y las capacidades organizativas.

En este sentido, la creación, el desarrollo y la gestión del conocimiento organizativo y sus herramientas están afrontando el reto de completar los esquemas de gestión tradicionales. Esta realidad necesita nuevas propuestas que integren las dimensiones sobre las que se está avanzando.

El capital intelectual es un valor intangible que debe incorporarse a los estados financieros, como parte de la generación de valor de todos los trabajadores de una organización. Existen algunos modelos que permiten cuantificarlo.

La emergencia de la economía del conocimiento como nuevo paradigma también ha afectado a la dirección estratégica de la empresa, superando el modelo clásico de las cinco fuerzas de Porter y desplazando el interés sobre el análisis interno de la empresa. De este modo, actualmente se conceptúa a la empresa como un conjunto

de recursos y no como en función de los productos que oferta o los mercados que abastece.

El cambio de paradigma económico ha obligado a las empresas a adoptar una nueva perspectiva estratégica, donde las empresas deben identificar y gestionar aquellos recursos y capacidades que generen ventajas competitivas sostenibles en el tiempo. En la economía del conocimiento estos recursos y capacidades serán básicamente de naturaleza intangible, delimitando el potencial competitivo de la organización.

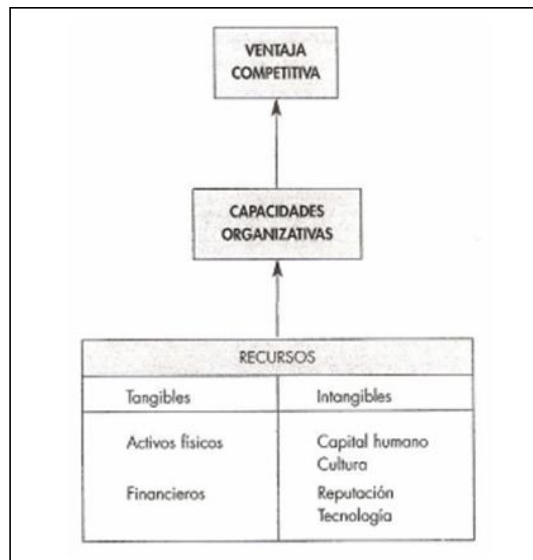
**a. Conceptos y tipologías de recursos y capacidades que debe identificar una organización**

En primer lugar, resulta importante subrayar que la potencialidad de una empresa no viene determinada únicamente por la simple contabilización de los recursos que posee.

Evidentemente, se debe distinguir entre la posesión de un recurso y la capacidad de utilizar ese recurso con eficacia. Es indispensable –por tanto- conocer la forma como la organización explota coordinadamente esos recursos para determinar las capacidades de una empresa. El concepto de capacidad tiene un carácter dinámico puesto que conjunta los recursos de una empresa junto con la organización existente, con el objeto de desarrollar una función determinada.

En este contexto, la capacidad fundamental (y la más compleja) es el aprendizaje y la adaptabilidad al cambio, ocupando un estadio menos relevante aquellas capacidades funcionales relacionadas con distintas actividades integradas en la cadena de valor del producto o servicio. La siguiente figura ilustra gráficamente las relaciones causales que Grant (1991) identificó entre recursos, capacidades y ventajas competitivas.

**Ilustración 5:** Relaciones causales entre recursos, capacidades y ventaja competitiva.



Fuente: Ventura (2003)

**b. Características idóneas para que los activos de una empresa generaran ventajas competitivas sostenibles**

El estudio de los recursos y capacidades se ha fundamentado en numerosas ocasiones en el estudio de características idóneas para que los activos de una empresa generaran ventajas competitivas sostenibles en el tiempo. En este sentido, Barney (1991, 1996) consideró que la potencialidad de los recursos organizativos dependía de cuatro factores:

- i. El valor: un recurso resulta valioso cuando permite a la empresa explotar las oportunidades del entorno o neutralizar sus amenazas.
- ii. La escasez: para conseguir ventaja competitiva los recursos deben ser escasos (oferta limitada) puesto que si otras empresas los poseen, se estará en igualdad de condiciones competitivas.
- iii. La difícil imitación: los recursos deben ser difícilmente imitables para general ventaja competitiva. En caso contrario, la ventaja solamente será de carácter temporal.

iv. Explotados y apropiables por la organización. Para conseguir ventajas competitivas en los mercados donde se actúa, los recursos y capacidades de la organización deben ser convenientemente coordinados mediante la estrategia.

**c. Gestión del conocimiento o capital intelectual en una organización: La gestión empresarial**

La gestión empresarial es la base de toda empresa, si se realiza una buena gestión la empresa va mejorar y crecer, pero si se realiza una pésima gestión la empresa generara pérdidas y tendrá déficit.

La gestión implica un sin número de requerimientos que necesitan cumplir las empresas, para lograr sus objetivos organizacionales. Aunque la gestión a simple vista parece sencilla y que cualquier persona puede realizar una correcta gestión, en el mundo actual de la empresa sucede todo lo contrario, se necesita una persona que esté completamente capacitado y sepa hacer correctamente su labor.

Una correcta y buena gestión no solo se va a enfocar a la empresa y a lo que sucede dentro de esta, si no por el contrario, trata de encontrar problemas organizacionales que estén afectando su desempeño, trata de mantener a un cliente satisfecho, pero sobretodo, se encarga de aprovechar al máximo todos los recursos con los que cuenta la empresa, para maximizar sus ganancias y reducir costos, sin dejar de lado la calidad y el cliente.

**9. Modelo Intellectus: herramienta de medición y gestión del capital intelectual**

El argumento desarrollado acerca del Capital Intelectual presenta un sentido estratégico a partir de su consideración como herramienta práctica que permite la identificación y medición de los activos intangibles que aportan valor a la organización. Con este propósito se configura el Modelo *Intellectus*, fruto de la participación y consenso de diferentes agentes públicos y privados dentro del seno del Foro del Conocimiento e Innovación "*Intellectus*" como

plataforma de transferencia y reflexión del Instituto Universitario de Investigación IADE de la Universidad Autónoma de Madrid.

En este sentido, el Modelo *Intellectus* pretende facilitar un marco ordenado para la reflexión y puesta en marcha de iniciativas cuyo fin sea la gestión del Capital Intelectual de la organización. Para ello, se cuenta con una estructura de partida que recoge las mejores prácticas existentes en el panorama internacional dentro de esta temáticas, además de una serie de aportaciones derivadas de los talleres de trabajo llevados a cabo en el citado Foro *Intellectus*.

La estructura del Modelo *Intellectus* es arborescente y, por tanto, flexible y adaptable en contenidos y detalle construyéndose bajo la premisa de cinco capitales que interactúan en la dinámica de configuración del potencial organizativo, siguiendo la pauta básica generalmente aceptada descrita por el Capital Humano, el Capital Estructural y el Capital Relacional . Pauta propuesta tras considerar diversas investigaciones confirmatorias en relación a las posibles dimensiones y sub componentes del Capital Intelectual (Bontis, Keow y Richardson, 2000; Martos, Fernández-Jardon, & Figueroa, 2008; Moon & Kym, 2006).

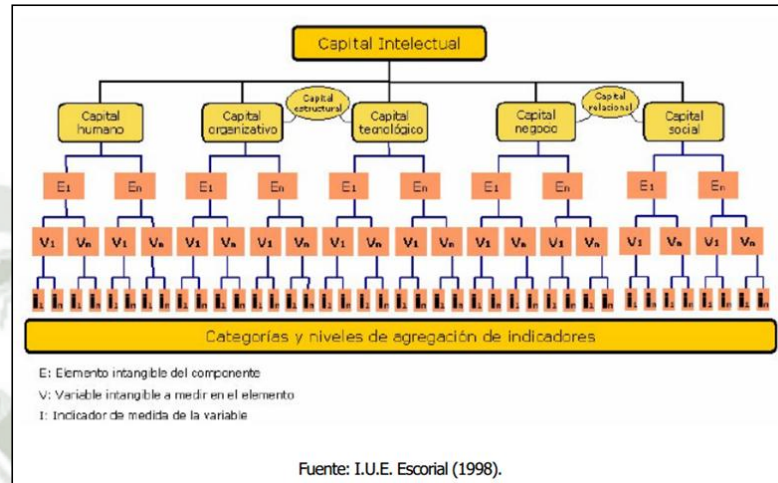
### 9.1. Modelo Intellectus

Con esta denominación el Instituto Universitario Euroforum Escorial (1998) y la empresa consultora KPMG (1999) han establecido un modelo de capital intelectual que es la suma de tres bloques: el capital humano + capital estructural + capital relacional. Cada uno de ellos establece un alcance temporal referido al presente y al futuro, determinando los intangibles que considera y proponiendo para cada uno de ellos, los indicadores más adecuados para medirlos.

Fruto del contraste del modelo intellect y de la revisión de los modelos actualmente existentes, Este modelo muestra los activos intangibles que posee una empresa desde una perspectiva arborescente, la cual pretende evidenciar las múltiples interrelaciones. Así, el modelo se organiza en componentes (activos intangibles agrupados en función de

su naturaleza), elementos (grupos homogéneos de activos intangibles), variables (intangibles integrantes de un elemento del capital intelectual) e indicadores (para la valoración de los activos intangibles).

**Ilustración 6:** Organización del modelo *Intellectus*



**Ilustración 7:** Organización del modelo *Intellectus* (II)

Componentes				
Capital humano	Capital organizativo	Capital tecnológico	Capital negocio	Capital social
1	1	1	1	1
Elementos	Elementos	Elementos	Elementos	Elementos
Valores y actitudes	Cultura	Esfuerzo en I+D+i	Relaciones con clientes	Relaciones con administraciones públicas
Aptitudes	Estructura	Dotación tecnológica	Relaciones con proveedores	Relaciones con medios de comunicación e imagen corporativa
Capacidades	Aprendizaje Organizativo	Propiedad intelectual e industrial	Relaciones con accionistas, instituciones e inversores	Relaciones con la defensa del medioambiente
	Procesos	Resultados de la innovación	Relaciones con aliados	Relaciones sociales
			Relaciones con competidores	Reputación corporativa
			Relaciones con instituciones de promoción y mejora de la calidad	
2	2	2	2	2
Variables	Variables	Variables	Variables	Variables
3	3	3	3	3
Indicadores (Categorías y niveles)	Indicadores (Categorías y niveles)	Indicadores (Categorías y niveles)	Indicadores (Categorías y niveles)	Indicadores (Categorías y niveles)

Fuente: I.U.E. Escorial (1998).

La integración y actualización que presenta el modelo *Intellectus*, plantea un escenario adecuado para considerarlo como nuestro modelo de referencia, debido al buen análisis e integración de las mejores prácticas recogidas, de los mejores modelos internacionales, que dan una base técnica y aceptada para nuestra investigación.

En el ámbito empresarial la conceptualización del conocimiento como recurso económico ha adquirido particular relevancia durante los últimos veinte años, al reconocérselo –junto con el capital, la energía humana y los recursos naturales- como factor generador de valor mediante la aplicación del saber al trabajo.

Hoy se asigna a los recursos intelectuales una relevancia análoga, si no superior, a las de los demás activos de una empresa; al punto que hay quienes consideran al saber cómo el recurso esencial que es limitado por los demás recursos.

Entendemos que el capital intelectual puede considerarse como el efecto sinérgico esperado de todos los conocimientos que reúne una empresa, toda la experiencia de sus integrantes, todo lo que se ha conseguido en términos de relaciones, procesos, hallazgos, innovaciones, presencia en el mercado e influencia en la comunidad, que producen o se prevé pueden producir en el futuro, ingresos para la organización en conjunción con sus activos físicos y financieros.

En este trabajo, luego de conceptualizar el capital intelectual y su inclusión dentro del marco de la Contabilidad de Gestión, se describe la experiencia en la aplicación de algunos modelos de medición y gestión del capital intelectual, reconocidos en la doctrina internacional, adaptados a una empresa pyme de servicios.

Se concluye con un Informe Sintético de Capital Intelectual producto de una selección de indicadores de aplicación habitual que han resultado útiles para detectar y gestionar efectivamente estos activos, cuyo desempeño determina o condiciona –de manera crucial- la viabilidad,

el desarrollo y preservación de ventajas competitivas, el posicionamiento y el crecimiento sustentable de las organizaciones.

**a. Estructura del modelo *Intellectus*:**

El modelo *Intellectus* establece y presenta un desarrollo que trata de facilitar la consideración de las relaciones en todas las partes del modelo. En este sentido cabe hacer referencia conceptual a los Niels que presenta el modelo.

**i. Componentes:**

Agrupación de Activos Intangibles en función a su naturaleza. (Capitales).

**ii. Capital humano.**

Integra los saberes, las capacidades, las experiencias y las habilidades de las personas que integran la organización (Proyecto Meritum, 2002). Una parte de ese conocimiento es exclusivo de los individuos, pero otra es genérica. La capacidad para innovar, la creatividad, el saber hacer, la flexibilidad del empleado, la motivación, la satisfacción, el nivel educativo o la titulación académica son algunos elementos del capital humano.

**iii. Capital organizativo.**

El capital organizativo es el conjunto de intangibles de naturaleza, explícita e implícita, tanto formales como informales, que estructuran y desarrollan de manera eficaz y eficiente la identidad y la actividad de la organización.

**iv. Capital tecnológico.**

El capital tecnológico se refiere el conjunto de intangibles directamente vinculados con el desarrollo de las actividades y funciones del sistema técnico de la organización, responsables tanto de la obtención de productos (bienes y servicios) con una

serie de atributos específicos, del desarrollo de procesos de producción eficientes, como del avance en la base de conocimientos necesarios para desarrollar futuras innovaciones en productos y procesos.

**v. Capital de negocio.**

Se refiere al valor que representa para la organización las relaciones que mantiene con los principales agentes vinculados con su proceso de negocio básico.

**vi. Capital social.**

Se refiere al valor que representa para la organización las relaciones que ésta mantiene con los restantes agentes sociales que actúan en su entorno, social y territorial, expresado en términos del nivel de integración, compromiso, cooperación, cohesión, conexión y responsabilidad social que quiere establecer con la sociedad.

**vii. Elementos:**

Grupos Homogéneos de Activos Intangibles de los componentes del capital intelectual.

**viii. Variables:**

Activos Intangibles integrantes de un elemento del capital intelectual.

**ix. Indicadores**

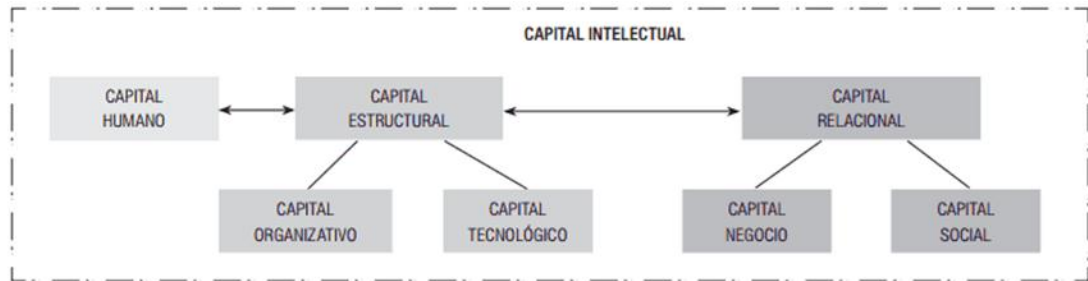
Instrumentos de valoración de los activos intangibles de las organizaciones, expresados en diferentes unidades de medida.

**b. Características:**

Presenta un modelo sistemático, que expone como un marco relacionado y ordenado, reflexionado desde sus primeros estadios de su configuración.

Además, el modelo concibe en su planteamiento una doble óptica, una interna, a través de su capital humano y a través de su capital organizativo, y otra externa, a través de su capital relacional; Actuando el capital Tecnológico como un elemento interfaz que actúa las dos perspectivas.

**Ilustración 8:** Estructura básica del modelo *Intellectus*



Fuente: CIC-IADE (2003b).

Capital Humano se refiere al conocimiento (explícito o tácito e individual o social), que posee las personas y/o grupo de personas y a su capacidad para generarlo, que resuelta útil para la misión de la organización (Guadamillas y Donate, 2005)

El capital estructural se define como conjunto de conocimientos y activos intangibles, derivados del proceso de acción empresarial, y que se quedan en ella aun cuando las personas están fuera de la empresa. Está integrado por el capital organizativo y el capital tecnológico.

Como sea visto el capital organizativo es una parte importante del capital estructural que se refiere al conjunto de intangibles de naturaleza explícita e implícita que estructuran y desarrollan de manera eficaz y eficiente la actividad de la organización.

El capital Tecnológico se define como el conjunto, de intangibles vinculados directamente, con el desarrollo de las actividades y funciones del sistema técnico de operaciones de la organización y del avance en la base de conocimientos necesarios para desarrollar futuras innovaciones en productos y servicios.

El capital relacional se refiere al conjunto de conocimientos, que se incorporan en la organización y a las personas como consecuencia del valor derivado, de las relaciones que mantiene con los agentes del mercado y la sociedad en general. Están integrado por el capital de negocio y capital social (términos diferentes a la terminología contable):

Así, el capital de negocios se focaliza en el valor que representan para la organización las relaciones que mantienen con los principales agentes vinculados con su base de negocio propio.

El capital social se define como el valor que representa para la organización las relaciones que esta mantiene con los restantes agentes sociales que actúan en su entorno, expresado en términos de integración, compromiso, cooperación cohesión, conexión y responsabilidad social, que la organización quiere establecer con la sociedad. El modelo expone de su consideración dinámica, comparando valores que se estiman diferentes momentos.

### **c. Configuración**

El modelo puede ser considerado flexible, dado su desarrollo horizontal, vertical en cuanto variables e indicadores, lo convierte en una herramienta preparada para su adaptación a diferentes realidades organizativas. Alrededor de su configuración se extiende la capacidad básica explicativa del modelo, encontrando una sencilla estructura un gran poder de captación del capital estructural organizativo

Esta presentación formal del modelo requiere, sin embargo, una guía conceptual significado del elemento y variables, con el propósito de poder ajustar una serie de indicadores significativos y servir de patron para el desarrollo y presentación del nuevo modelo centrado de la gestión de la información.

Así, el planteamiento básico del modelo aparece como un avance metodológico, para la medición y gestión del capital intelectual, ya que

este pretende el manejo, no únicamente en el stock de conocimientos de la organización sino también de la materia prima renovadora, es decir la información.

Dado que la estrategia, en su labor de gestión de la innovación, intenta esa adaptación al entorno el contacto y los flujos de interacción de dicho en torno se traducen en un aspecto fundamental: Información; es decir, flujos y contenidos que son base la comunicación y que por tanto representan la materia prima del contacto, en cualquier relación socioeconómica, tanta interna y externa se concibe fundamental un sistema de gestión de la información como elemento integrante de la gestión de la innovación que permite (Morcillo, 1997): Anticipar y detectar cambios, limitar riesgos, descubrir desviaciones, innovar y reducir costes y detectar posibles alianzas.

Ilustración 9: Presentación del Modelo *Intellectus*

Componentes				
Capital humano	Capital organizativo	Capital tecnológico	Capital negocio	Capital social
<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Elementos	Elementos	Elementos	Elementos	Elementos
Valores y actitudes Aptitudes Capacidades	Cultura Estructura Aprendizaje organizativo Procesos	Esfuerzo en I+D+i Dotación tecnológica Propiedad intelectual e industrial	Relaciones con clientes Relaciones con proveedores Relaciones con aliados Relaciones con competidores Relaciones con medios de comunicación e imagen corporativa Relaciones con las instituciones de promoción y mejora de la calidad	Relaciones con accionistas, instituciones e inversores Relaciones con administraciones públicas Relaciones con la defensa del medio ambiente Relaciones sociales Reputación corporativa Otras relaciones con la sociedad
<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
Variables	Variables	Variables	Variables	Variables
<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
Indicadores (categorías y niveles)	Indicadores (categorías y niveles)	Indicadores (categorías y niveles)	Indicadores (categorías y niveles)	Indicadores (categorías y niveles)

Fuente: CIC-IADE (2003b).

Para el Modelo *Intellectus* la composición del Capital Intelectual, viene determinada, en primer lugar por el Capital Humano, como aquellas actitudes, aptitudes y capacidades que están en línea con los retos y valores de la organización.

En esta línea, ya el Premio Nobel Becker (1964) consideraba el Capital Humano como un factor económico primario en su estudio sobre el conocimiento, refiriéndose a éste como habilidades y destrezas que las personas van adquiriendo a lo largo de su vida, bien sea por medio de estudios formales, como las escuelas, o por conocimientos informales, que son lo que adquieren las personas por medio de la experiencia, y es aquí precisamente donde Becker (1964) pone más énfasis, donde señala que muchos trabajadores elevan su productividad aprendiendo en el puesto de trabajo nuevas técnicas o perfeccionando las antiguas.

En segundo lugar, destaca el Capital Estructural, compuesto a su vez por dos subconjuntos como son el Capital Organizativo y el Capital Tecnológico, división legitimada por sus diferentes implicaciones para la gestión, el primero asociado al ámbito estructural de los diseños, procesos y cultura, y el segundo vinculado con el esfuerzo en I+D, el uso de la dotación tecnológica y los resultados de la citada I+D.

Finalmente, se encuentra el Capital Relacional también dividido en dos, por un lado, el Capital Relacional de Negocio en el que tienen acomodo los flujos de información y conocimiento de carácter externo atados al negocio (proveedores, clientes-usuarios, aliados,...) y, por otro, el Capital Relacional Social, cuyo encuadre se aproxima al marco de relaciones fuera del ámbito del negocio (compromiso social, imagen pública, reputación, prestigio, acción social,...).

**Ilustración 10:** Componentes del Modelo *Intellectus*

Componentes				
Capital humano	Capital organizativo	Capital tecnológico	Capital negocio	Capital social
Elementos				
Valores y aptitudes. Aptitudes. Capacidades.	Cultura Estructura. Aprendizaje Organizativo. Procesos.	Esfuerzo en I+D+i. Dotación tecnológica. Propiedad intelectual e industrial.	Relaciones con clientes. Relaciones con proveedores. Relaciones con aliados. Relaciones con competidores. Relaciones con medio de comunicación e imagen corporativa. Relaciones con las instituciones de promoción y mejora de la calidad.	Relaciones con accionistas, instituciones e inversores. Relaciones con Administraciones Públicas. Relaciones con la defensa del medio ambiente. Relaciones sociales. Reputación corporativa. Otras relaciones con la sociedad.
Variables				
Indicadores (Categoría y niveles)				

No obstante, el marco del Capital Intelectual y su expresión a través del Modelo *Intellectus* facilita, entre otros, los siguientes aspectos:

- Identificar, a través de una reflexión estructurada, los activos intangibles claves de la organización.
- Establecer indicadores numéricos de medición que posibiliten un seguimiento periódico de la evolución de tales activos.
- Definir directrices para gestionar estratégicamente el conjunto de intangibles organizativos.
- Complementar la información obtenida en la memoria anual (balance, cuenta de resultados e informe de gestión) con datos sobre los activos intangibles e indicadores no financieros.

## 9.2. Principales experiencias con Modelos Intellectus

La utilidad de los modelos de Capital Intelectual se valida y mejora con su uso y aplicación en diferentes esferas, agentes y contextos. Centrándonos en el Modelo *Intellectus*, éste cuenta con un historial de

utilización muy rico y diverso, que contrasta y confirma su marco general y su ajuste específico a los diversos requerimientos.

**a. Sector público:**

Los principales motivos por los que se desarrollan los proyectos de Capital Intelectual en este caso se asocian a las estrategias de modernización en las Administraciones Públicas, cuyo propósito es avanzar en la mejora de la gestión pública con instrumentos que evidencien los activos intangibles que se encuentran en el seno de los servicios públicos. En este sentido, y ante el nuevo marco de actuación de las Administraciones Públicas en el ámbito de los países de la OCDE, y en especial de la Unión Europea, aparece como indispensable el planteamiento de una nueva función pública basada en la información y el conocimiento.

Este enfoque supone una redefinición de funciones, agentes y procesos de gestión basados en el conocimiento y su dirección; incluyendo la necesidad de identificar y poner en acción los activos intangibles que poseen como fuente de creación de valor. Explicitar los intangibles y medir su potencial debería conducir hacia un cambio en la orientación y sentido del servicio público.

Ante tal escenario, las Administraciones Públicas, como estructuras basadas en conocimiento, están considerando varias metodologías a través de modelos conceptuales que cada vez más introducen elementos de contraste que permiten identificar, gestionar y medir el impacto de los intangibles en las organizaciones.

Dentro de las aplicaciones del Modelo *Intellectus* en este ámbito público se podrían citar los casos de la Agencia Tributaria de España (AEAT), el Instituto de Estudios Fiscales (IEF), el Ayuntamiento de Leganés y Madrid, éste último concretando una interesante aportación del Capital Intelectual a la estrategia regional de la Comunidad de Madrid (proyecto europeo SPRING 2) en materia de emprendedores.

En una primera instancia, las aplicaciones de Capital Intelectual para los organismos del Ministerio de Hacienda, AEAT e IEF, tuvieron un sentido exploratorio orientado hacia el ajuste del Modelo *Intellectus* a la realidad del sector público. Se recogieron todas las especificidades tanto terminológicas como estructurales que permitían la comprensión y utilidad del modelo para un gestor público.

Por otra parte, la experiencia con el Ayuntamiento de Leganés revela la importancia del Capital Intelectual como campo de gran potencial para el avance y desarrollo en la línea no sólo de la gestión más completa de los activos que poseen las Administraciones Locales, sino también de una labor de comunicación más integral y con mayor recorrido en el mensaje al ciudadano.

Entre otros factores a destacar, en el caso de Leganés, cabe hacer mención expresa a los ejes que vertebran gran parte del esfuerzo en la gestión de los intangibles, a saber, el ámbito de la calidad y la revolución provocada por el proyecto y alrededor de la administración electrónica, centrada en el denominado “Leganés: Ciudad Digital”.

Este panorama abre un frente de actuación que puede liderarse desde el enfoque de las tecnologías de la información y las comunicaciones además de las certificaciones y auto-evaluaciones de calidad como herramientas que argumenten el discurso sobre el gobierno del conocimiento, evidenciando requerimientos generales en el tratamiento de la información externa y la generación de un entorno virtual o plataforma coherente con el registro, accesibilidad, uso y difusión de conocimiento en la organización.

Por tanto, el informe de Capital Intelectual basado en el Modelo *Intellectus* sirve no como documento sino como dinamizador de actitudes para la valorización del componente intangible del Ayuntamiento a modo de eje prioritario de actuación dentro del Plan Estratégico municipal.

En el caso del Capital Intelectual y el uso del Modelo *Intellectus* en el contexto regional, cabe resaltar su ajuste a los requerimientos de análisis coyuntural multidisciplinar que necesita el fenómeno emprendedor, tanto desde el lado de las actitudes como de la formación, la cultura, las redes y los recursos regionales existentes.

En este sentido, en el plano territorial, más allá de los planteamientos industriales y técnicos, el motor del desarrollo socioeconómico a estado vinculado al ser humano y sus relaciones, como sistema de creación y transferencia de información y conocimientos básicos en el proceso acumulativo que lleva a la innovación, bienestar y calidad de vida.

Desde este punto de vista, la valorización de los elementos se plantea desde alejamiento del plano tangible y físico para focalizarse en la identificación, análisis, manejo y gestión de los recursos intangibles, caracterizados por su contribución a la capacidad innovadora y competitiva de los agentes que se relacionan en los denominados sistemas de I+D+i.

Ocasionalmente, las posibilidades de la nueva economía y la Sociedad de la Información aportan un importante grado de conectividad y conexión entre los diferentes territorios y agentes, que en un proceso de globalización muy acentuado, aparecen como nodos de un sistema mundial de conocimiento.

De esta forma, la peculiaridad de este enfoque conlleva un exponencial giro en el intercambio de flujos de información y conocimiento, que en su carácter combinatorio basado en el *networking*, experimentan un efecto acelerador en el aprendizaje general de la sociedad, en la identificación y desarrollo de oportunidades para el emprendimiento, conociendo y por ende, teniendo condiciones para aprender nuevas realidades, modelos, etc.

## **b. Sector privado**

Esta realidad presenta un elenco de motivaciones más diversas, aludiendo a la necesidad de un mayor nivel competitivo a través del aprovechamiento del talento y el conjunto de capacidades organizativas que tienen como objetivo desarrollar labores de innovación y mejora. Considerando este ámbito, las aplicaciones han resultado multisectoriales.

Dentro del citado contexto del colectivo de estas EBTs, en una primera instancia y para el caso del Capital Humano, el marco de análisis se concentra en el diagnóstico de las credenciales que presenta, principalmente, el equipo promotor. Credenciales vinculadas en un primer lugar, con el mundo académico (artículos, comunicaciones, etc.), que le otorgan prestigio dentro de la comunidad científica.

Por otra parte, credenciales de transferencia asociadas a la realización de proyectos y contratos con diferentes instituciones, lo que refleja el impacto, en las organizaciones del sector público y privado, de sus aportaciones. En este Capital Humano también se busca la identificación de experiencias empresariales o emprendedoras previas además de la existencia de perfiles especializados para la gestión.

Respecto al Capital Estructural, el diagnóstico de las EBTs responde fundamentalmente a la existencia de una estructura organizativa definida, la formalización de procesos y el esfuerzo en I+D+i. Todos ellos, aspectos que permiten dilucidar el grado de madurez de la organización, y, por ende, la superación del voluntarismo y posible caos de las primeras fases.

Es más, se logra diferenciar si la orientación hacia el “I+D como negocio” es real o se quiere hacer “un negocio rápido” con un resultado concreto de la I+D acumulada durante etapas pre-empresa.

Finalmente, en cuanto al Capital Relacional, se analizan las características del mercado objetivo y el soporte derivado del marco de contactos y alianzas. Todo ello se complementa con el ámbito social en el que se valoran activos tan significativos hoy en día como la notoriedad, imagen y reputación.

Así, el Capital Intelectual permite disponer de una metodología apropiada para generar una instancia clave para la reflexión que lleva consigo pasar de la “creación de una empresa” al “desarrollo de un negocio”.

En definitiva, de las diversas aplicaciones se desprenden una serie de retos para la investigación que ya están siendo afrontados desde diferentes grupos e instituciones. Los derroteros se sitúan en la senda de la determinación de ciertos índices de capital intelectual basados en sistemas de puntuación para las diferentes variables según capitales, fases empresariales, sectores y coyuntura, cuya aplicación permita generar posibles rankings de organizaciones, regiones, etc., e incluso facilitar enormemente los ejercicios de valoración de empresas en procesos donde se requiere conocer de forma integral el valor del conjunto de activos disponibles.

### III. Planteamiento operacional

#### 1. Técnicas e instrumentos

##### 1.1. Técnicas

Para la recolección de la información del presente estudio se utilizará la técnica de las encuestas, aplicadas de forma física y no asistida. Como parte del proceso de recolección de datos, se enviarán cartas dirigidas a los contadores generales, firmadas por el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Católica de Santa María.

##### 1.2. Instrumentos

Como instrumento de recolección de la información se utilizará un cuestionario semi-estructurado, el cual contiene: 7 preguntas de control, destinadas a recolectar información general de la empresa así como la de los contadores de dichas empresas; y 5 grupos de preguntas, cada uno destinado a medir las 5 sub-dimensiones del modelo *Intellectus*: Capital Humano, Capital Organizativo y Capital Tecnológico (en conjunto: Capital estructural), Capital Negocio y Capital Social (en conjunto: Capital Relacional).

Para las encuestas del Capital Intelectual, se ha dividido por los grupos de capitales y que contienen 87 preguntas respectivamente. Cabe mencionar que cada una de las preguntas formuladas se extraen de las 87 variables planteadas por el Modelo Intellectus.

Esta disgregación del modelo permite obtener una vasta cantidad de información y sobre todo, resultados por cada variable (87), elemento (22), componente (5) y dimensión (3), así como un resultado general de todo el modelo.

El modelo del cuestionario a aplicar se puede observar en el anexo 2.

### 1.3. Campo de verificación

#### 1.3.1. Ámbito geográfico

Debido a que el estudio toma como muestra a las empresas pertenecientes a la Asociación de Empresas del Parque Industrial de Arequipa, el ámbito geográfico donde se desenvuelve es en el Parque Industrial del Cercado de la ciudad de Arequipa.

#### 1.3.2. Unidades de observación

**Población:** Al momento de realizar la presente investigación el número de empresas asociadas a ADEPIA son 43, las cuales se detallan a continuación:

Empresas	Empresas
Abb S.A.	Inca Tops S.A.C
Abralit	Kero Ppx Sa
Alicorp S.A.A.	L Y B Negocios Representaciones Sac
Anixter Jorvex S.A.C.	Laive S.A.
Agroinca PPX S.A.	Maquinarias e Ingenieria Metal Mecanica S.A.
Aromas Y Colorantes De Los Andes	Megamadsa Industrial Sac
Bodega Najar	Metalurgica Quimica S.A.C.
Compañía De Minas Buena Aventura	Michell & Cia. S.A.
Calderas Industriales S.A.C.	Moly Cop Adesur S.A.
Cáritas Diocesana De Arequipa	Praxair Perú S.R.L.
Celima Trebol	Proteous Seguridad Electronica
Corporacion Vidrio Glass S.A.C.	Papelera Panamericana S.A.Panam
Consortio Industrial De Arequipa S.A. CIDASA	Oscar Pérez Vizcardo Srl. Oscar P. Srl.

Corporación Aceros Arequipa	Sociedad Electrica Del Sur Oeste S.A. Seal
Automotriz Cisne Srl	Scotiabank Peru S.A.A.
Corporación Misti S.A.	Senati Arequipa
Crubher S.R.L	Sur Motors SA
Cuzzi & Cia. S.A.	Solar Representaciones S.A.C.
Famai Seal Jet S.Ac.	Transaltisa S.A.
Fábrica De Chocolates La Ibérica S.A	Universidad Católica De Santa María
Flsmidth Sac	Yura S.A.C.
Franky Y Ricky Sa	

**Muestra:** Debido a que el estudio intentará alcanzar a los contadores y directivos del grupo de empresas encuestadas asociadas a ADEPIA, no se considerará un cálculo estadístico para la muestra. Que se detallan a continuación:

- Papelera Panamericana S.A.
- Famai Seal Jet S.A.C
- Scotiabank Perú S.A.A
- SEAL
- Transaltisa S.A.
- Metalurgica Quimica S.A.C.
- SENATI
- Consorcio Industrial De Arequipa
- Fabrica de Chocolates La Iberica
- Cuzzi & Cía S.A
- AnixterJorvex S.A.C
- Praxaie Perú S.r.l
- Automotriz Cisne SRL
- Sur Motors S.A
- Solar Reperesentaciones S.A.C
- Crubher S.R.L.
- QROMA

- Cáritas Diocesana De Arequipa
- Megadmasa Industrial
- Cooperacion Vidrio Glass. S.AC
- Bodegas Najar
- Maquinsa

### 1.3.3. Temporalidad

El presente estudio es de corte transversal, puesto que la recolección de las percepciones de contadores y directivos se realizara una sola vez. Dichas entrevistas están programadas para llevarse a cabo durante las primeras tres semanas del mes de Enero del siguiente año (2015).

El procesamiento de la información posterior se llevará a cabo durante el mes de febrero.

## 1.4. Estrategias

### 1.4.1. Organización

- a. Elaborar encuesta en base a la información recolectada.
- b. Validarla por expertos que conozcan del tema.
- c. Definir la encuesta final.
- d. Coordinar citas con los contadores y directivos de las empresas del parque industrial.
- e. Trabajo de campo para la recolección de la información.
- f. Filtrar la información.
- g. Generar cuadros informativos
- h. Dar las conclusiones de la investigación.

### 1.4.2. Recursos

#### a. Recursos humanos

Investigadores: Carlos Lira Paz, Manuel Alejandro Vargas Cerpa

**b. Recursos físicos**

Ambiente de trabajo, va ser de campo en el Parque Industrial

**c. Recursos financieros**

El costo presupuestado para la elaboración de la presente tesis se muestra en la tabla siguiente:

Concepto	Monto	Descripción
Útiles de escritorio	S/.50	
Impresiones	S/.300	
Empastados	S/.150	
Movilidad	S/.100	
Derechos de titulación	S/.2,200	
Otros	S/.100	
<b>Total</b>	<b>S/.2,900</b>	

El financiamiento necesario para el presente estudio es viable por parte de los bachilleres.

**1.5. Criterios para el manejo de datos**

**1.5.1. Ordenamiento**

La información será procesada en el programa de cálculo Microsoft Excel.

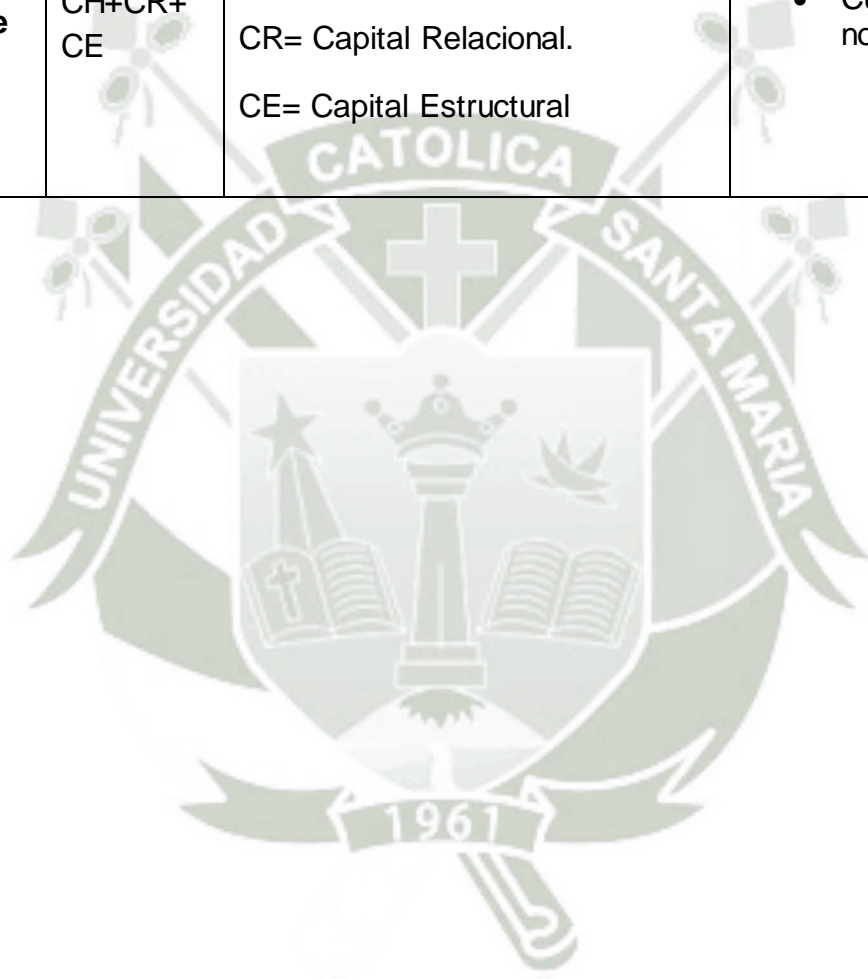
**1.5.2. Tratamiento de la información**

Precisar el tipo de escala que se utilizará y en ella se explica que realizaremos un análisis estadístico de los resultados así como una apreciación crítica de las opiniones de los contadores y gerentes. Apreciación crítica y el uso de valores relativos. Igualmente precisaremos que se procederá al ordenamiento de la información en tablas de distribución de frecuencias y de ser necesarias las medidas estadísticas a usarse.

**Cuadro de tratamiento estadístico**

<b>Variables</b>	<b>Tipo de Variable</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Sub-indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>	<b>Análisis</b>
<b>Contabilización del Capital Intelectual</b>	<b>Independiente</b>	Capital Humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valores y actitudes.</li> <li>• Aptitudes.</li> <li>• Capacidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cualitativas, nominales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de ideas centrales</li> <li>• Análisis estadístico</li> </ul>
		Capital Organizativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura.</li> <li>• Procesos.</li> <li>• Cultura.</li> <li>• Aprendizaje organizativo.</li> </ul>		
		Capital Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propiedad intelectual e industrial.</li> <li>• Dotación tecnológica.</li> </ul>		
		Capital Negocio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones con los clientes.</li> <li>• Relaciones con los proveedores.</li> <li>• Relaciones con los aliados.</li> <li>• Relaciones con los competidores.</li> </ul>		
		Capital Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones con accionistas, instituciones e inversores.</li> <li>• Relaciones con administraciones públicas.</li> <li>• Relaciones sociales.</li> <li>• Reputación corporativa.</li> <li>• Relaciones con la defensa del medio ambiente.</li> <li>• Otras relaciones con la sociedad.</li> </ul>		

<p><b>Importancia Del Capital Intelectual Basado en el Modelo Intellectus.</b></p>	<p><b>Variable Dependiente</b></p>	<p>CI= CH+CR+ CE</p>	<p>CI= Capital Intelectual. CH= Capital Humano. CR= Capital Relacional. CE= Capital Estructural</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cualitativas, nominales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de ideas centrales</li> <li>• Análisis estadístico</li> </ul>
--	--	------------------------------	---	---	---



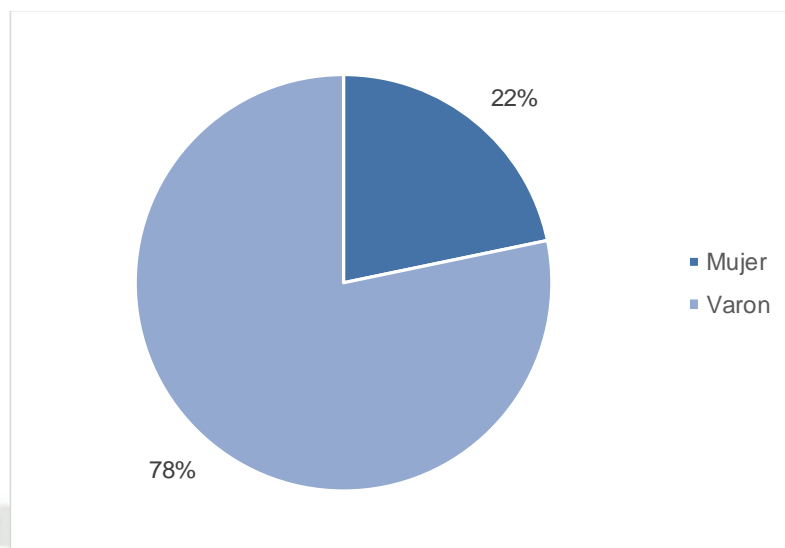
### 1.5.3. Tablas y gráficas

Se utilizarán tanto tablas con distribuciones de frecuencias como tablas de doble entrada.



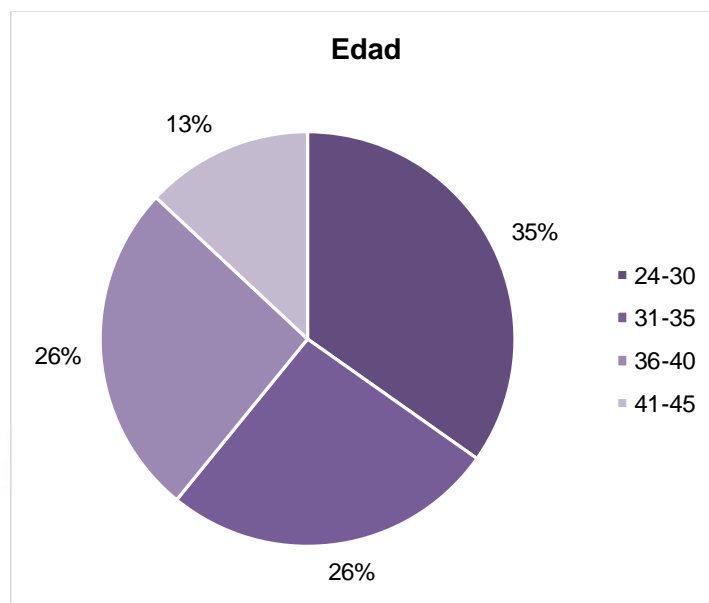
## IV. Resultados

*Ilustración 11: Sexo de los participantes*

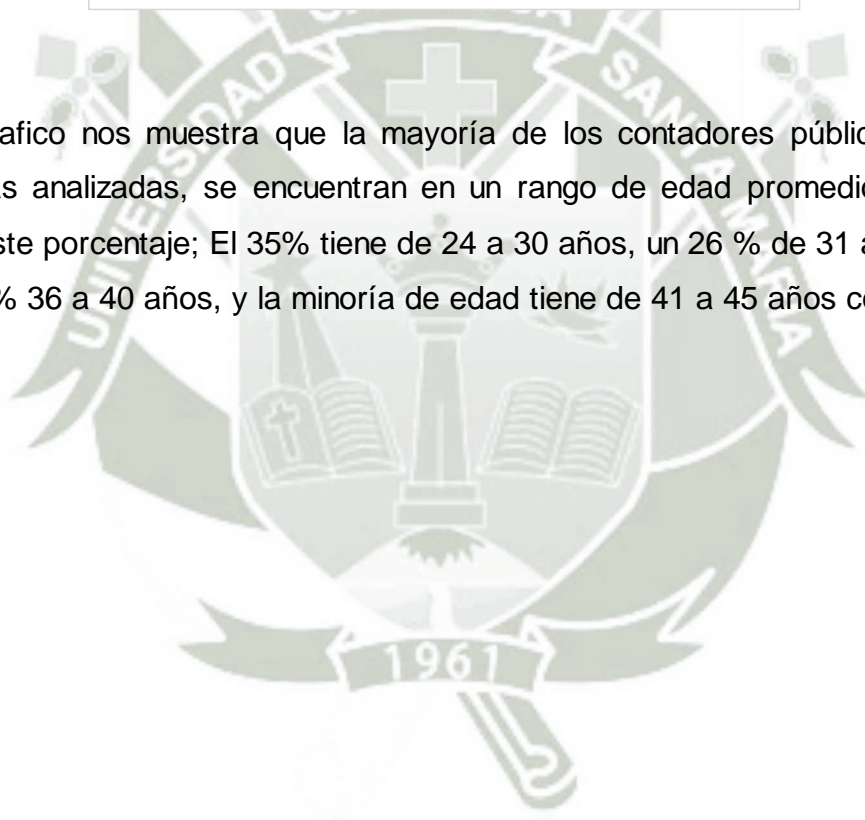


En el gráfico se observa que la mayoría de los contadores públicos que resolvieron las encuestas, sobre la Importancia de la Contabilización del Capital Intelectual Basados en el Modelo Intellectus, en el Grupo de Empresas de La Asociación de Empresas del Parque Industrial de Arequipa, fue un 78% varones y que la diferencia que fue del 22% fueron mujeres. Dado esto se demuestra que hay mayor cantidad de varones trabajando en el área contable de las empresas del Parque Industrial de la Ciudad de Arequipa.

**Ilustración 12:** Edad de los participantes



En el gráfico nos muestra que la mayoría de los contadores públicos de las empresas analizadas, se encuentran en un rango de edad promedio de años según este porcentaje; El 35% tiene de 24 a 30 años, un 26 % de 31 a 35 años, otro 26% 36 a 40 años, y la minoría de edad tiene de 41 a 45 años con el 13%.



## 1. Capital Intelectual

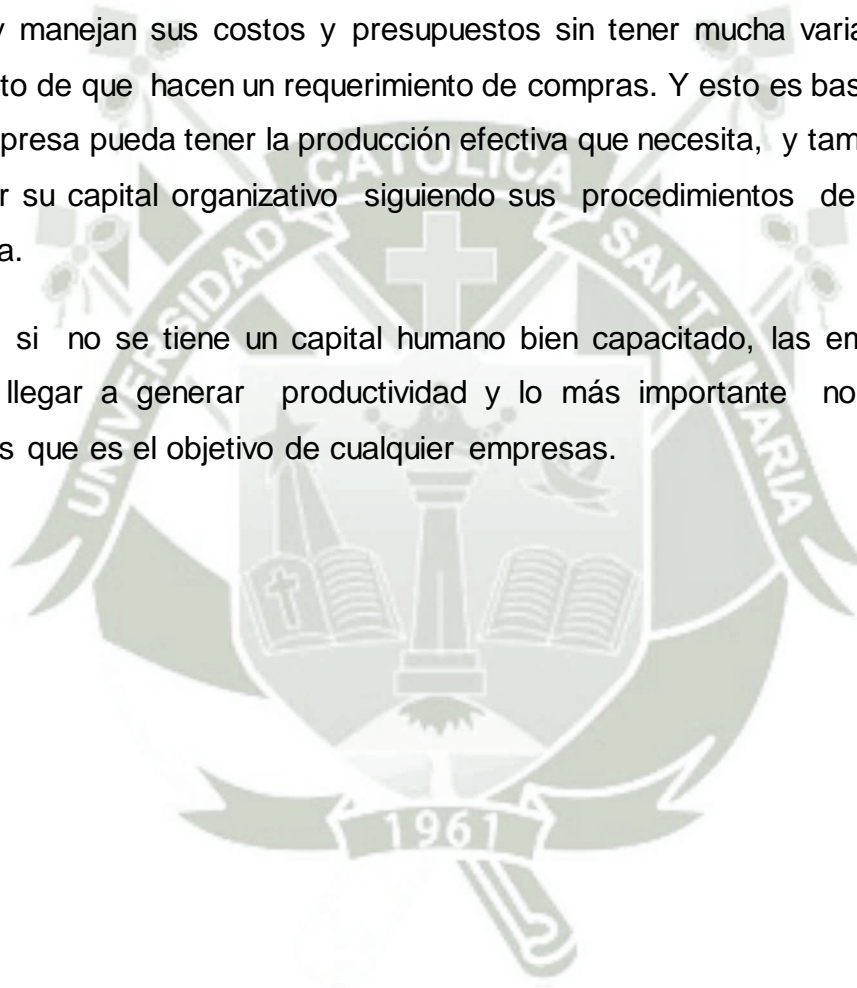
**Tabla 2:** Resultados del Capital Intelectual

Importancia	Capital Humano	Capital Organizativo	Capital Tecnológico	Capital Estructural	Capital Negocio	Capital Social	Capital Relacional	Capital Intelectual
Papelera Panamericana S.A.	48.5%	54.2%	54.7%	54.4%	<b>60.9%</b>	55.8%	58.3%	53.8%
Famai Seal Jet S.A.C	86.8%	87.5%	<b>100.0%</b>	93.8%	95.7%	75.0%	85.3%	88.6%
Scotiabank Perú S.A.A	72.1%	76.4%	92.2%	84.3%	<b>97.8%</b>	84.6%	91.2%	82.5%
SEAL	<b>85.3%</b>	75.0%	64.1%	69.5%	84.8%	75.0%	79.9%	78.2%
Transaltisa S.A.	79.4%	81.9%	<b>82.8%</b>	82.4%	77.2%	76.9%	77.1%	79.6%
Metalurgica Quimica S.A.C.	<b>79.4%</b>	76.4%	70.3%	73.4%	79.4%	67.3%	73.3%	75.4%
SENATI	82.4%	77.8%	79.7%	78.7%	<b>87.0%</b>	78.9%	82.9%	81.3%
Consorcio Industrial De Arequipa	77.9%	77.8%	<b>82.8%</b>	80.3%	77.2%	74.0%	75.6%	77.9%
Fabrica de Chocolates La Iberica	<b>80.9%</b>	75.0%	76.6%	75.8%	75.0%	75.0%	75.0%	77.2%
Cuzzi & Cía S.A	<b>88.2%</b>	79.2%	76.6%	77.9%	83.7%	51.9%	67.8%	78.0%
AnixterJorvex S.A.C	<b>100.0%</b>	91.7%	89.1%	90.4%	94.6%	96.2%	95.4%	95.2%
Praxaie Perú S.r.l	92.7%	77.8%	70.3%	74.1%	<b>96.7%</b>	80.8%	88.8%	85.2%
Automotriz Cisne SRL	69.1%	69.4%	56.3%	62.9%	<b>70.7%</b>	28.9%	49.8%	60.6%
Sur Motors S.A	92.7%	87.5%	85.9%	86.7%	<b>94.6%</b>	75.0%	84.8%	88.1%
Solar Reperesentaciones S.A.C	92.7%	93.1%	<b>95.3%</b>	94.2%	93.5%	94.2%	93.9%	93.6%
Crubher S.R.L.	85.3%	79.2%	59.4%	69.3%	<b>90.2%</b>	42.3%	66.3%	73.6%
QROMA	85.3%	79.2%	<b>92.2%</b>	85.7%	76.1%	84.6%	80.4%	83.8%
Cáritas Diocesana De Arequipa	69.1%	<b>100.0%</b>	73.4%	86.7%	84.8%	75.0%	79.9%	78.6%
Megadmasa Industrial	61.8%	66.7%	53.1%	59.9%	73.9%	<b>78.9%</b>	76.4%	66.0%
Coorporacion Vidrio Glass. S.A.C	50.0%	68.1%	60.9%	64.5%	<b>69.6%</b>	63.5%	66.5%	60.3%
Bodegas Najar	51.5%	51.4%	53.1%	52.3%	51.1%	<b>53.9%</b>	52.5%	52.1%
Maquinsa	<b>75.0%</b>	<b>75.0%</b>	<b>75.0%</b>	75.0%	<b>75.0%</b>	61.5%	68.3%	72.8%
<b>Promedios</b>	<b>77.5%</b>	<b>77.3%</b>	<b>74.7%</b>	<b>76.0%</b>	<b>81.3%</b>	<b>70.4%</b>	<b>75.9%</b>	<b>76.5%</b>

El cuadro de resultados del capital intelectual muestra según los promedios principales que los ítems más importantes para las empresas encuestadas es el capital de negocio con un 81.3%, capital humano con 77,5%, capital organizativo con 77,3%.

Estos resultados porcentuales del Capital Intelectual nos muestran que la base principal en las empresas estables, es tener un capital de negocio consolidado dado que las empresas tienen proveedores fijos con los que trabajan de la mano y manejan sus costos y presupuestos sin tener mucha variación en el momento de que hacen un requerimiento de compras. Y esto es base para que una empresa pueda tener la producción efectiva que necesita, y también pueda manejar su capital organizativo siguiendo sus procedimientos de una forma correcta.

Donde si no se tiene un capital humano bien capacitado, las empresas no podría llegar a generar productividad y lo más importante no generaría riquezas que es el objetivo de cualquier empresas.



## 2. Capital Humano

**Tabla 3:** Resultados del Capital Humano

<b>Capital Humano</b>	<b>Sumamente importante</b>	<b>Muy importante</b>	<b>Indiferente</b>	<b>Poco importante</b>	<b>Nada importante</b>	<b>Promedio ponderado</b>
Sentimientos de pertenencia y compromiso por parte de los trabajadores.	26.09%	<b>52.17%</b>	17.39%	4.35%		75.00%
Impulsos, deseos, aspiraciones y/o fuerzas que hacen que las personas desempeñe mejor su tarea.	34.78%	<b>43.48%</b>	21.74%			78.26%
Grados de satisfacción.	17.39%	<b>65.22%</b>	13.04%	4.35%		73.91%
Sociabilidad entre trabajadores.	26.09%	<b>43.48%</b>	26.09%		4.35%	71.74%
Orientación al cliente.	<b>52.17%</b>	30.43%	17.39%			83.70%
Flexibilidad y adaptabilidad (actitud positiva frente al cambio).	30.43%	<b>60.87%</b>	8.70%			80.43%
Creatividad (procesos que facilitan la aparición de nuevas ideas).	34.78%	<b>52.17%</b>	13.04%			80.43%
Formación académica.	34.78%	<b>52.17%</b>	13.04%			80.43%
Formación especializada.	<b>52.17%</b>	34.78%	13.04%			84.78%
Formación brindada por la empresa (capacitación).	17.39%	<b>69.57%</b>	13.04%			76.09%
Experiencia.	26.09%	<b>52.17%</b>	21.74%			76.09%
Desarrollo personal (basados en procesos informales).	17.39%	<b>52.17%</b>	30.43%			71.74%
Capacidad de aprendizaje.	30.43%	<b>47.83%</b>	21.74%			77.17%
Capacidad de colaborar o trabajar en equipo.	<b>43.48%</b>	34.78%	17.39%	4.35%		79.35%
Capacidad de emitir y recibir información.	<b>39.13%</b>	34.78%	17.39%	8.70%		76.09%
Capacidad para conciliar la vida laboral y familiar.	21.74%	<b>52.17%</b>	17.39%	8.70%		71.74%
Capacidad de liderar grupos de personas.	<b>47.83%</b>	34.78%	13.04%	4.35%		81.52%
<b>Total</b>						<b>77.56%</b>

Dado los resultados de la tabla podemos observar que hay una tendencia favorable, por parte de los contadores, a conceder una mayor importancia a la contabilización del Capital Humano, es la parte más esencial de los resultados del Capital Intelectual, donde su grado de medición es uno de los más detallados ya que medir a la personas según ya sean: sus sentimientos, compromiso, impulsos, deseos, aspiraciones, grados de satisfacción, sociabilidad entre los trabajadores, orientación al cliente, flexibilidad y adaptabilidad, creatividad, formación académica, formación especializada, formación brindada por la empresa, experiencia, desarrollo personal, capacidad de aprendizaje, capacidad de colaborar o trabajar en equipo, capacidad para conciliar la vida laboral y familiar y la capacidad de liderar grupos de personas.

Todos estos factores ya mencionados hacen que el Capital Humano tenga una alta relevancia en la medición y la contabilización del Capital Intelectual para las empresas pueda ver resultados de efectividad y productividad a través de sus empleados.

En la tabla se observa que en la pregunta. La Formación brindada por la empresa (capacitación). Es la que tiene mayor grado de importancia para los contadores dado que es un gasto que invierte la empresa, para que los empleados conozcan y sepan lo procedimientos, manejos y actividades que se realizan de la propia empresa.

### 3. Capital Organizativo

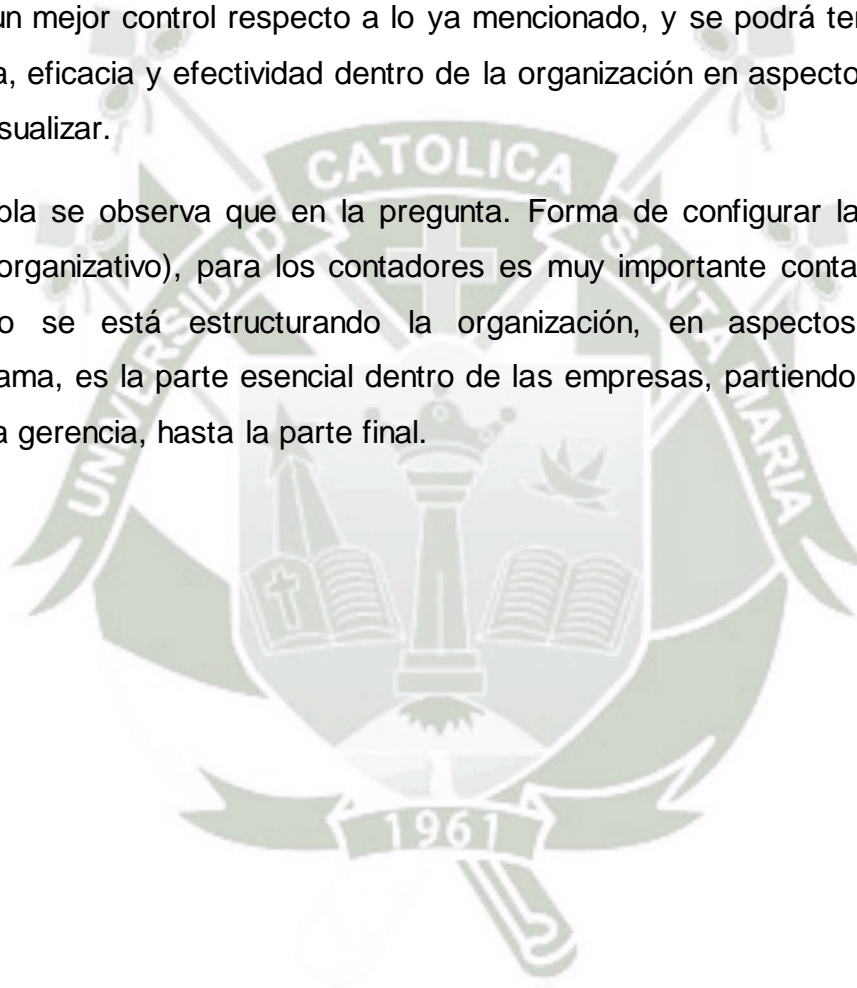
**Tabla 4:** Resultados del Capital Organizativo

Capital Organizativo	Sumamente importante	Muy importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante	Promedio ponderado
Grados de homogeneidad cultural	13.04%	<b>56.52%</b>	30.43%			70.65%
Evolución de los valores culturales	21.74%	<b>60.87%</b>	17.39%			76.09%
Ambiente de trabajo y clima social –laboral	<b>52.17%</b>	43.48%	4.35%			86.96%
Filosofía del negocio	30.43%	<b>65.22%</b>	4.35%			81.52%
Identidad organizativa	34.78%	<b>56.52%</b>	4.35%	4.35%		80.43%
Sensibilidad de género	13.04%	<b>52.17%</b>	26.09%	4.35%	4.35%	66.30%
Forma de configurar la organización (diseño organizativo)	21.74%	<b>69.57%</b>	8.70%			78.26%
Desarrollo organizativo	21.74%	<b>69.57%</b>	8.70%			78.26%
Entornos o contextos de aprendizaje	13.04%	<b>60.87%</b>	21.74%		4.35%	69.57%
Pautas, rutinas, y procedimientos organizativos	13.04%	<b>65.22%</b>	17.39%	4.35%		71.74%
Procesos y procedimientos a través de los cuales la organización percibe, capta, conserva y comunica conocimiento entre sus	30.43%	<b>56.52%</b>	8.70%	4.35%		78.26%
Procesos y procedimientos que impulsan la creación de conocimiento, su aprendizaje, memorización y transferencia hacia la innovación	13.04%	<b>69.57%</b>	13.04%	4.35%		72.83%
Discusión de la misión y reorientación de la estrategia	30.43%	<b>43.48%</b>	26.09%			76.09%
Innovación	<b>43.48%</b>	39.13%	13.04%	4.35%		80.43%
Sistemas de segmentación de clientes	26.09%	<b>65.22%</b>	8.70%			79.35%
Políticas de gestión de clientes	43.48%	<b>47.83%</b>	8.70%			83.70%
Integración de los proveedores	34.78%	<b>52.17%</b>	13.04%			80.43%
Políticas de gestión de los proveedores	34.78%	<b>52.17%</b>	13.04%			80.43%
<b>Total</b>						<b>77.29%</b>

El Capital Organizativo es una de las partes importantes del Capital Intelectual, dado que es como la formación de la organización de una manera estructural, y esto conlleva a que los contadores consideren muy importante contabilizar una parte del capital intelectual dentro del capital organizativo.

El Capital Organizativo, sirve para la mejora de las relaciones de los empleados, de los clientes y de los proveedores, y que toda empresa debe tener sus políticas, procedimientos y funciones y en un aspecto contable si se podría contabilizar, se tendría un mejor control respecto a lo ya mencionado, y se podrá tener una mejor eficiencia, eficacia y efectividad dentro de la organización en aspecto contables se pueda visualizar.

En la tabla se observa que en la pregunta. Forma de configurar la organización (diseño organizativo), para los contadores es muy importante contabilizar porque es como se está estructurando la organización, en aspectos técnicos el organigrama, es la parte esencial dentro de las empresas, partiendo de la cabeza que es la gerencia, hasta la parte final.



#### 4. Capital Tecnológico

**Tabla 5:** Resultados del Capital Tecnológico

Capital Tecnológico	Sumamente importante	Muy importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante	Promedio ponderado
Gasto en i+d (investigación y desarrollo)	17.39%	<b>69.57%</b>	13.04%			76.09%
Personal en i+d	21.74%	<b>56.52%</b>	21.74%			75.00%
Proyectos en i+d	21.74%	<b>65.22%</b>	13.04%			77.17%
Compra de tecnología	<b>47.83%</b>	43.48%	8.70%			84.78%
Conocimientos tecnológicos incorporados en bienes de equipo e	30.43%	<b>52.17%</b>	17.39%			78.26%
Desarrollos tecnológicos y aplicaciones para el tratamiento de la	26.09%	<b>60.87%</b>	13.04%			78.26%
Patentes y modelos de utilidad	30.43%	<b>56.52%</b>	8.70%	4.35%		78.26%
Marcas registradas	30.43%	<b>52.17%</b>	13.04%	4.35%		77.17%
Licencias	<b>39.13%</b>	<b>39.13%</b>	17.39%	4.35%		78.26%
Secretos industriales	21.74%	<b>60.87%</b>	8.70%	8.70%		73.91%
Dominios en internet	21.74%	<b>56.52%</b>	13.04%	8.70%		72.83%
Información sobre patentes (bases de datos y aplicaciones)	30.43%	<b>56.52%</b>	8.70%	4.35%		78.26%
Conocimiento sobre la actividad tecnológica de la competencia	17.39%	<b>52.17%</b>	17.39%	13.04%		68.48%
Información sobre líneas de investigación y tecnologías emergentes	26.09%	<b>39.13%</b>	17.39%	17.39%		68.48%
Conocimiento de posibles asociaciones con empresas para i+d	21.74%	<b>43.48%</b>	21.74%	8.70%	4.35%	67.39%
Localización de tecnologías sobre las que solicitar licencias	26.09%	<b>34.78%</b>	26.09%	13.04%		68.48%
<b>Total</b>						<b>75.07%</b>

En la tabla se observa los resultados que el Capital Tecnológico hay un interés muy importante de los contadores por la mayoría de los ítems preguntados, teniendo un gran porcentaje de aprobación y también se observa donde el intereses principal se centra en la compra de tecnología considerándose para los contadores una inclinación por los avances tecnológicos, ya que la contabilidad se está trabajando en simultaneo con la tecnología para mejorar su eficacia y eficiencia.

Se observa en el cuadro sobre la pregunta. La Investigación y el Desarrollo, es muy importante contabilizar dado que para la actualidad tecnológica, llevar un control contable sobre cómo va avanzando, creciendo y mejorando la identificación mas el desarrollo (I + D).



## 5. Capital Social

**Tabla 6:** Resultados del Capital Social

Capital Social	Sumamente importante	Muy importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante	Promedio ponderado
Grado de apoyo y de vinculación de la empresa con la política social	4.35%	<b>65.22%</b>	26.09%	4.35%		67.39%
Participación o colaboración de la empresa en la gestión pública	4.35%	<b>56.52%</b>	30.43%	4.35%	4.35%	63.04%
Grado de conocimiento y de aceptación en el mercado de la marca de	34.78%	<b>60.87%</b>	4.35%			82.61%
Relaciones con medios de comunicación	13.04%	<b>52.17%</b>	26.09%	4.35%	4.35%	66.30%
Relaciones con las instituciones de defensa medioambiental	13.04%	<b>52.17%</b>	26.09%	4.35%	4.35%	66.30%
Códigos y certificaciones medioambientales	21.74%	<b>56.52%</b>	13.04%	4.35%	4.35%	71.74%
Relaciones con las organizaciones sindicales	17.39%	<b>43.48%</b>	30.43%		8.70%	65.22%
Relaciones con las instituciones del mercado de trabajo	17.39%	<b>52.17%</b>	21.74%	8.70%		69.57%
Existencia de normas explícitas de comportamiento individual y	13.04%	<b>65.22%</b>	17.39%	4.35%		71.74%
Existencia de normas y recomendaciones orientadas a los órganos	17.39%	<b>52.17%</b>	21.74%	4.35%	4.35%	68.48%
Existencia de un código de igualdad	21.74%	<b>52.17%</b>	26.09%			73.91%
Acción social de la empresa (RSE)	21.74%	<b>56.52%</b>	21.74%			75.00%
Programas de conciliación de la vida familiar y profesional	21.74%	<b>60.87%</b>	17.39%			76.09%
<b>Total</b>						<b>70.57%</b>

Se puede observar en la tabla que en la pregunta. El grado de conocimiento y aceptación en el mercado de la marca, para los contadores encuestados es poder contabilizar todo lo que tenga que ver con el grado de conocimiento ya sean como, las marcas, las patentes, entre otros.

También es muy importante contabilizar, los temas sobre Capital Social, dado que tienen relación como la empresa afronta a los clientes, proveedores, el estado, los competidores y al público en general y es bueno saber cómo se puede llevar un control, una correcta medición y que se pueda ver reflejado en un futuro en un esta financiero dando resultados positivos para las empresas.



## 6. Capital de Negocio

Tabla 7

### Resultados del Capital Negocio

Capital Negocio	Sumamente importante	Muy importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante	Promedio ponderado
Conjunto de clientes relevantes para la empresa	39.13%	<b>52.17%</b>	4.35%	4.35%		81.52%
Lealtad de clientes	<b>52.17%</b>	39.13%	4.35%	4.35%		84.78%
Satisfacción del cliente	<b>65.22%</b>	26.09%	4.35%	4.35%		88.04%
Procesos de relación con clientes	<b>47.83%</b>	43.48%	8.70%			84.78%
Capacidad y calidad de los diferentes canales de distribución	30.43%	<b>65.22%</b>	4.35%			81.52%
Grado de formalización de la relación con proveedores	30.43%	<b>52.17%</b>	17.39%			78.26%
Conjunto de procedimientos que facilita el soporte técnico	26.09%	<b>60.87%</b>	8.70%	4.35%		77.17%
Personalización de productos y servicios	30.43%	<b>56.52%</b>	13.04%			79.35%
Capacidad de respuesta de los proveedores	34.78%	<b>47.83%</b>	17.39%			79.35%
Relaciones con los accionistas e inversores institucionales	39.13%	<b>47.83%</b>	13.04%			81.52%
Relaciones con instituciones del mercado	34.78%	<b>60.87%</b>	4.35%			82.61%
Relaciones de participación empresarial	<b>43.48%</b>	39.13%	17.39%			81.52%
Número y naturaleza de las alianzas que mantiene la empresa con	34.78%	<b>47.83%</b>	17.39%			79.35%
Solidez de las alianzas	30.43%	<b>52.17%</b>	17.39%			78.26%
Beneficios de las alianzas	39.13%	<b>47.83%</b>	13.04%			81.52%
Conocimiento de competidores	<b>43.48%</b>	39.13%	13.04%	4.35%		80.43%
Procesos de relación con competidores	13.04%	<b>69.57%</b>	13.04%	4.35%		72.83%
Relaciones con instituciones de la calidad	26.09%	<b>65.22%</b>	8.70%			79.35%
Certificaciones y sistemas de calidad	39.13%	<b>56.52%</b>	4.35%			83.70%
Antigüedad y fidelización del empleado	39.13%	<b>56.52%</b>	4.35%			83.70%
Satisfacción del empleado	<b>43.48%</b>	<b>43.48%</b>	13.04%			82.61%
Procesos de relación con empleados	34.78%	<b>52.17%</b>	13.04%			80.43%
Canales de comunicación que tiene los empleados	43.48%	<b>47.83%</b>	8.70%			83.70%
<b>Total</b>						<b>81.14%</b>

En la tabla se observa que en la pregunta, la satisfacción del cliente, lealtad de clientes y proceso de relación con clientes. Los contadores consideran que es una parte fundamental de la contabilización del capital intelectual, dado que el cliente es la principal fuente de ingresos dentro de las empresas.

Los contadores, saben que el negocio tiene que estar organizado, muy bien dirigido y seguir procedimientos, dado esto se llega a buscar el cliente y captar las necesidades que tiene el mismo, así podrán tener una mejor información precisa y correcta para poder ser identificada y posteriormente ser medida para poder ser reflejada en un Estado Financiero.



## V. Conclusiones

### 1. Conclusiones

**Primera:** Se encontró entre la muestra que el promedio de la importancia porcentual es del 76.5%, con lo cual se acepta la hipótesis primera.

**Segunda:** Se encontró que la importancia promedio de cada uno de los componentes del Capital Intelectual fue, en orden descendente:

- Capital Negocio, 81.3%
- Capital Humano, 77.5%.
- Capital Organizativo, 77.3%.
- Capital Estructural, 76%
- Capital Relacional, 75.9%
- Capital Tecnológico, 74.7%
- Capital Social, 70.4%

En base de estos resultados se rechaza la hipótesis segunda y la hipótesis tercera.

**Tercera:** El Modelo Intellectus, es de gran ayuda para medir la importancia del Capital Intelectual, esto se vio reflejadas en las encuestas realizadas que dieron resultados favorables como se esperaba en los contadores.

## Recomendaciones

- Dado los resultados obtenidos por medio de las encuestas, se recomienda que los contadores deberían darle una mayor importancia al capital tecnológico, debido a que este se encuentra en el penúltimo lugar y hoy en día el Perú es uno de los países con menor inversión en desarrollo de tecnología (I+D+I), aun existiendo varios incentivos por parte del gobierno para este tipo de actividades.
- Después de haber analizado los componentes del Capital Intelectual bajo el Modelo Intellectus, se recomienda que se pueda implementar en una documentación formal, como en un reporte de gerencia mensual, para que se pueda ser considerado en la toma de decisiones.



## Fuentes de información

- Acurero, Gladys (1995). Las Nuevas Fronteras Del Conocimiento. Mara-Caibo: Ediciones Astro Data.
- Arthur Andersen (1999). El Management del s. XXI. Buenos Aires: Gránica.
- Arthur Andersen “The Valuation Of Intangibles Assets” En The Economist Intelligence Unit. January, 1992.
- Bassi, L. J. & Van Buren, M. E. (1998). Investments In Intellectual Capital: Creating Methods For Measuring Impact And Value. American Society Of Training And Development, Working Paper.
- Bontis, N. (1996, Summer). There’s A Price On Your Head: Managing Intellectual Capital Strategically. Business Quarterly, 40-47.
- Bontis, N. (1998). Intellectual Capital: An Exploratory Study That Develops Measures And Models. Management Decision
- Brooking, A. (1996). “Intellectual Capital Core Asset For The Millenium”. ([Http://Www.Gestiondelconocimiento.Com](http://www.Gestiondelconocimiento.Com))
- Camisón, C., Palacios, D. & Devece, C. (2000). Un Nuevo Modelo Para La Medición Del Capital Intelectual En La Empresa: El Modelo Nova. X Congreso Nacional ACEDE: Integración Económica, Competitividad Y Entorno Institucional De La Empresa
- Catacora, F. Contabilidad: La Base Para Las Decisiones Gerenciales. Mac Graw Hill. Venezuela., 1998.
- Chaparro Osorio, Fernando. Conocimiento, Innovación Y Construcción De Sociedad. Una Agenda Para Lacolombia Del Siglo XXI. Univalle-Colciencias. Colombia. 1998.
- Chen, C. J. (2004). The Effects Of Knowledge Attribute, Alliance Characteristics, And Absorptive Capacity On Knowledge Transfer Performance. R&D Management
- CIC-IADE. (2003). Documento *Intellectus* 5. Modelo *Intellectus*: Medición Y Gestión Del Capital Intelectual. Madrid: Universidad Autónoma De Madrid.
- Collis, D. J. (1996). Organizational Capability Asa Source Of Profit. En: Moingeon, B. & Edmondson, A. (Eds.). Organizational Learning And Competitive Advantage. London: Sage.

- Crawford, Richard (1995). In The Era Of Capital Human. USA: Harper Business Editores.
- Dragonetti, N. & Roos, G. (1998 Agosto). La Evaluación De Ausindustry Y El Business Network Programme: Una Perspectiva Desde El Capital Intelectual. Boletín De Estudios Económicos, LIII.
- Drogonetti, & Roos, (1998). “Capital Intelectual”. ([Http://Gestiondelconocimiento.Com](http://Gestiondelconocimiento.Com))
- Edvinsson, Leif Y Otros (1998). El Capital Intelectual. Bogotá. Colombia: Edit. Norma.
- Edvinsson L. Y Malone M (1997). “Capital Intelectual”. Gestión 2000. Barcelona.
- Edvinsson, L. & Sullivan, P. (1996). Developing A Model For Managing Intellectual Capital. European Management Journal, 14(4),
- Edvinsson, L. (1993). Intellectual Capital Shapes The Future Enterprise. Scandinavian Insurance Quarterly, 1.
- Euroforum Escorial. (1998). Medición Del Capital Intelectual. Modelo Intelect. Madrid: Editorial I. U. Euroforum Escorial.
- European Commission (2007). RICARDIS: Reporting Intellectual Capital To Augment Research, Development And Innovation In SME, Brussels.
- FASB, Electronic Distribution Of Business Reporting Information. Business Reporting Research Project.Steering Committee Report Series. Norwalk: Feb. 2000.
- Fernández, P. Valoración De Empresas. Barcelona., Gestión 2000, 1999.
- Fundación Drucker (1998).La Organización Del Futuro. México. D.F.:Ediciones Granica.
- Gil, Jorge José La Profesión Contable Hacia La Nueva Visión De Los Negocios. Presentado En La XXV Conferencia Interamericana De Contabilidad. Panamá, 2003.
- Glaeser, E. (1997). Learning In Cities. NBER Working Paper Series.
- Gómez Buendía, Hernando “Hacia La Sociedad Del Conocimiento”. En Conferencia Nacional Conocimiento Global 97, 1997.
- Gray, S. “Towards A Theory Of Cultural Influence On The Development Of Accounting Systems Internationally” En Abacus, 1988, Volumen 24, Número 1, Pp. 1-15.

- IADE (2003a). Metodología Para La Elaboración De Indicadores De Capital Intelectual. Documentos *Intellectus* IADE, (4).
- IADE (2003b). Modelo De Medición Y Gestión Del Capital Intelectual: Modelo *Intellectus*. Documento De Trabajo, CIC-IADE (UAM), Madrid.
- Klein, David (1998). A Gestao Estratégica Do Capital Intelectual. Rio De Janeiro. Brasil: Qualitymark Editora Ltda.
- Leif Edwinson Y Michael S. Malone El Capital Intelectual. Editorial Norma. 1999
- Mantilla B., S.A. Capital Intelectual & Contabilidad Del Conocimiento. Bogotá, Ecoe, 1999.
- Meritum (2000). Guidelines For The Measurement And Disclosure Of Intangibles. First Draft. Paper Presented Meritum Meeting. Sevilla
- Nevado Peña, D.; López Ruiz, V. R. “El Capital Intelectual: Valoración Y Medición” En Financial Times, Prentice
- Scarabino, J.C. Activos Intangibles. El Puente Hacia La Contabilidad De Conocimiento. Investigación Ganadora Premio Arévalo 2000. CPCE Santa Fe.
- Seguí. E. (2007). La gestión del capital intelectual en las entidades financieras. Caracterización del capital humano en las cooperativas de crédito. Valencia: Universidad de Valencia.
- Serrano, C. Chaparro, F. “Los Activos Intangibles En Las Empresas Más Allá De Las Normas Contables” En Finanzas & Contabilidad, Harvard Deusto, 1999, Vol. 27. Portal Universidad De Zaragoza - España.
- Sierra Fernández M. “La Divulgación De Información Sobre Activos Intangibles En Las Empresas: Una Evidencia Empírica” En Revista Estudios Financieros. Revista De Contabilidad Y Tributación.
- Skandia (1997). Intelligent Enterprising. A Supplement To Skandia’s 6-Montport. Sweden: Skandia.
- Sullivan, P. & Edvinsson, L. (1996). A Model For Managing Intellectual Capita. En Parr, R. & Sullivan, P. (Eds.), Technology Licensing. New York: John Willey & Sons.
- Viedma, J. M. La Gestión Del Conocimiento Y Del Capital Intelectual. [Http://Www.Gestiondelconocimiento.Com](http://Www.Gestiondelconocimiento.Com). (Octubre 2001)

- Weckstein, K.; Boyd, S. & Prescott, J. E. Eds. (1993). Global Perspectives On Competitive Intelligence. Alexandria (UA): Society Of Competitive Intelligence Professionals.



## ANEXOS

### *Anexo 1: Listado de empresas que conformaron la muestra.*

#	Empresa	Descripción / rubro
1	Qroma	Por más de 40 años investiga, desarrolla, fabrica y comercializa abrasivos sólidos y flexibles, combinando trabajo especializado, tecnología de punta y un estricto cumplimiento de las normas internacionales de control de calidad.
2	Anixter Jorvex S.A.C.	Es una empresa peruana del grupo Anixter reconocida en el mercado nacional como líder en la distribución y comercialización de productos de alta calidad, en el sector minero, pesquero, petrolero, de construcción, eléctrico, metal-mecánico e industria en general.
3	Bodega Najar	Empresa industrial donde se fabrican licores de alta calidad acreditados por su antigüedad y procedimientos empleados en su elaboración. Bodega najar armoniza lo tradicional con lo moderno, combinando el empleo de técnicas ancestrales e insumos 100% nacionales con origen nacional con la utilización de tecnología de punta y normas de calidad internacionales”.
4	Cáritas Diocesana De Arequipa	Es una institución de la iglesia católica, que promueve y ejecuta proyectos de desarrollo social sostenibles, a favor de las comunidades de escasos recursos, en cooperación con la empresa privada y entidades gubernamentales.
5	Corporación Vidrio Glass S.A.C.	Empresa líder en el Sur de la importación, distribución y comercialización de cristales, perfiles de aluminio, siliconas, parabrisas, perfiles de aluminio y accesorios, productos de calidad internacional con disponibilidad y reposición permanentes, junto con un eficiente servicio post venta y asistencia técnica para atender cualquier requerimiento y proyecto arquitectónico.
6	Consortio Industrial De Arequipa S.A. CIDASA	Empresa dedicada a la producción y comercialización de productos de aseo personal , tocador y derivados en busca de niveles de excelencia con el fin de satisfacer a sus clientes , proteger el medio ambiente y promover la seguridad y salud ocupacional de sus trabajadores.
7	Automotriz Cisne Srl	Concesionario autorizado marcas Chevrolet Isuzu, venta de automóviles, camionetas, camiones y demás vehículos comerciales, llantas y comercialización de combustible, transporte especializado de vehículos en cigüeñas a nivel nacional.
8	Crubher S.R.L	Productos: Perforadoras Rotativas, retroexcavadoras, cargadores frontales, compresoras de aire, plantas de asfalto, chancadoras, pavimentadoras y otros equipos para la construcción.
9	Cuzzi & Cia. S.A.	Por más de 60 años de experiencia, nos hemos especializado en la impresión y acabados gráficos de alta calidad.

10	Famai Seal Jet S.A.C	Diseño y fabricación de cilindros hidráulicos y neumáticos para maquinas pesada.
11	Fábrica De Chocolates La Ibérica S.A	La ibérica fabrica sus productos con ingredientes naturales de excelente calidad, bajo cuidadosas recetas y exigentes estándares de higiene "Tradición y calidad desde 1909"
12	Maquinarias E Ingeniera Metal Mecánica S.A.	Diseño fabricación y montaje de estructuras metálicas, fajas transportadoras, tanques, tuberías maquinas. Minería e industria en general con más de 30 años de experiencia.
13	Megamadsa Industrial S.A.C.	Red megacentro. Es una empresa de trayectoria internacional con más de 18 años de experiencia, que cuenta con actividades en Estado Unidos, Chile y Perú, especializada en la actividad de arrendamiento de oficinas y almacenes
14	Metalúrgica Química S.A.C.	Metalúrgica Química cuenta con más de 30 años de experiencia en la fabricación de productos de fibra de vidrio y metalmecánica. Somos la primera empresa peruana del rubro de fibra de vidrio con certificación ISO 9001:2008. La calidad de nuestras fabricaciones nos ha permitido estar presentes en los proyectos más importantes del país.
15	Praxair Perú S.R.L.	PRAXAIR, con cien años de experiencia en el mercado, es una de las compañías de gases más importantes a nivel mundial. El contar con tecnología propia, personal altamente capacitado y altos estándares de calidad nos permiten brindarle soluciones integrales que le proporcionarán productividad y mejoras en sus procesos. Praxair cuenta además, con un eficiente sistema de distribución y sucursales ubicadas estratégicamente a nivel nacional, lo cual nos permite asegurar a nuestros clientes una cobertura y atención eficaz.
16	Papelera Panamericana S.A.Panam	Papelera Panamericana S.A., es una empresa industrial constituida en el año 1980, dedicada a la producción de papeles absorbentes – tissue – transformando fibra de celulosa en artículos de consumo masivo como papel higiénico, servilleta y toalla, orientados al aseo y cuidado personal, para sus prestigias marcas IDEAL, TESS, EGO, en el país y el extranjero; actividades que desempeña cumpliendo los requisitos de la norma ISO 9001-2000. También contribuye a la preservación del medio ambiente, gracias a sus avanzados sistemas de depuración de fibras y a la utilización de insumos certificados.
17	Sociedad Eléctrica Del Sur Oeste S.A. Seal	Distribución y Comercialización de Energía Eléctrica. Empresa fundada en 1905, con capitales arequipeños y que dieron inicio al servicio de energía eléctrica en Arequipa. La actividad principal de la empresa en la Distribución y Comercialización de energía eléctrica en la zona de Concesión del departamento de Arequipa, manteniendo adicionalmente la generación de energía eléctrica en Sistemas Aislados. SEAL mantiene el carácter de Empresa Estatal de Economía Mixta.

18	Scotiabank Peru S.A.A.	Operaciones de intermediación financiera permitidas a los bancos múltiples.
19	Senati Arequipa	El SENATI es una institución de Formación y Capacitación Profesional, dinámica e innovadora, reconocida nacional e internacionalmente. Se distingue por la modernidad de su organización y por la sostenibilidad técnica, metodológica y económica de sus servicios. El SENATI está considerado dentro de las 20 mejores instituciones de Formación Profesional a nivel mundial. Unica a nivel americano certificada con el Sistema Integrado de la Calidad y Gestión Ambiental.
20	Sur Motors SA	Sur Motors S.A. Fundada el año 1945 con 68 años de experiencia, especializada en comercialización y servicios automotrices, contamos con el complejo automotriz más moderno y grande del sur de país, que incluye salones de exhibición, talleres de mecánica (mesa de traccionamiento), talleres de planchado y pintura (horno y laboratorio de pinturas).
21	Solar Representaciones S.A.C.	Solar Representaciones es una empresa 100% Arequipeña, fundada en el año 2005 y fue creada con el objetivo de especializarse en eficientes sistemas de distribución, principalmente en productos de consumo masivo, y desde esa fecha viene manejando la representación exclusiva para el Sur del país en la venta, comercialización y servicios de la empresa SHELL LUBRICANTES DEL PERU.
22	Transaltisa S.A.	Servicio de Transporte Terrestre de Carga Pesada.

**Anexo 2: Modelo de Cuestionario semi-estructurado**

**Cuestionario sobre la importancia de la contabilización del capital intelectual  
en la  
Asociación de Empresas del Parque Industrial de Arequipa**

Fecha: \_\_\_/\_\_\_/2014

Buenos días. El presente cuestionario tiene por objetivo conocer su opinión sobre la importancia que tiene para usted...

**1. Datos generales**

Sexo: \_\_\_ 1. Mujer \_\_\_ 2. Hombre      Edad: \_\_\_\_\_

**5. ¿Mencione cuáles?**

\_\_\_\_\_

**2. Rubro a la que se dedica la empresa**

\_\_\_\_\_

**6. ¿En la empresa, se ha contabilizado alguna vez algún tipo de capital intelectual?**

\_\_\_ 1. Sí

\_\_\_ 2. No

**4. ¿En la empresa, se ha contabilizado alguna vez algún tipo de activo intangible?**

\_\_\_ 1. Sí

\_\_\_ 2. No

**7. ¿Mencione cuáles?**

\_\_\_\_\_

Las siguientes preguntas buscan conocer la **IMPORTANCIA DE CONTABILIZAR** cada uno de los componentes del capital intelectual.

**8. Sobre el Capital Humano ¿Que tan importante es para usted poder contabilizar...**

Sumamente importante      Muy importante      Indiferente      Poco importante      Nada importante

	Sumamente importante	Muy importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
Los sentimientos de pertenencia y compromiso por parte de los trabajadores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los impulsos, deseos, aspiraciones y/o fuerzas que hacen que las personas desempeñe mejor su tarea?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los grados de satisfacción?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La sociabilidad entre trabajadores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La orientación al cliente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La flexibilidad y adaptabilidad (actitud positiva frente al cambio)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La creatividad (procesos que facilitan la aparición de nuevas ideas)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La formación académica?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La formación Especializada?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La formación interna (desarrollados en el seno de la empresa)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La experiencia?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El desarrollo personal (basados en procesos informales)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



La capacidad de aprendizaje?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La capacidad de colaborar o trabajar en equipo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La capacidad de emitir y recibir información?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La capacidad para conciliar la vida laboral y familiar?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La capacidad de liderar grupos de personas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sumamente importante      Muy importante      Indiferente      Poco importante      Nada importante

**9. Contabilizar sobre el Capital Organizativo ¿Que tan importante es para usted poder contabilizar...**

Los grados de homogeneidad cultural?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La evolución de los valores culturales?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El ambiente de trabajo y clima social –laboral?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La filosofía del negocio?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

La identidad organizativa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La sensibilidad de género?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

La forma de configurar la organización (diseño organizativo)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El desarrollo organizativo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Los entornos o contextos de aprendizaje?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las pautas, rutinas, y procedimientos organizativos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los procesos y procedimientos a través de los cuales la organización percibe, capta, conserva y comunica conocimiento entre sus miembros o partícipes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los procesos y procedimientos que impulsan la creación de conocimiento, su aprendizaje, memorización y transferencia hacia la innovación?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La discusión de la misión y reorientación de la estrategia?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La innovación?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los sistemas de segmentación de clientes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las políticas de gestión de clientes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La integración de los proveedores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las políticas de gestión de los proveedores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sumamente importante      Muy importante      Indiferente      Poco importante      Nada importante

**10. Sobre el Capital Tecnológico ¿Que tan importante es para usted poder contabilizar...**

El gasto en I+D (tanto los corrientes como los de capital)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El personal en I+D?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los proyectos en I+D?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La compra de tecnología?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los conocimientos tecnológicos incorporados en bienes de equipo e instrumentos necesarios para las actividades de I+D?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los desarrollos tecnológicos y aplicaciones para el tratamiento de la información y de las comunicaciones?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las patentes y modelos de utilidad?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las marcas registradas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las licencias?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los secretos industriales?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los dominios en internet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La información sobre patentes (bases de datos y aplicaciones)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El conocimiento sobre la actividad tecnológica de la competencia?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La información sobre líneas de investigación y tecnologías emergentes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El conocimiento de posibles asociaciones con empresas para I+D?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La localización de tecnologías sobre las que solicitar licencias?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**11. Sobre el Capital Negocio ¿Que tan importante es para usted poder contabilizar...**

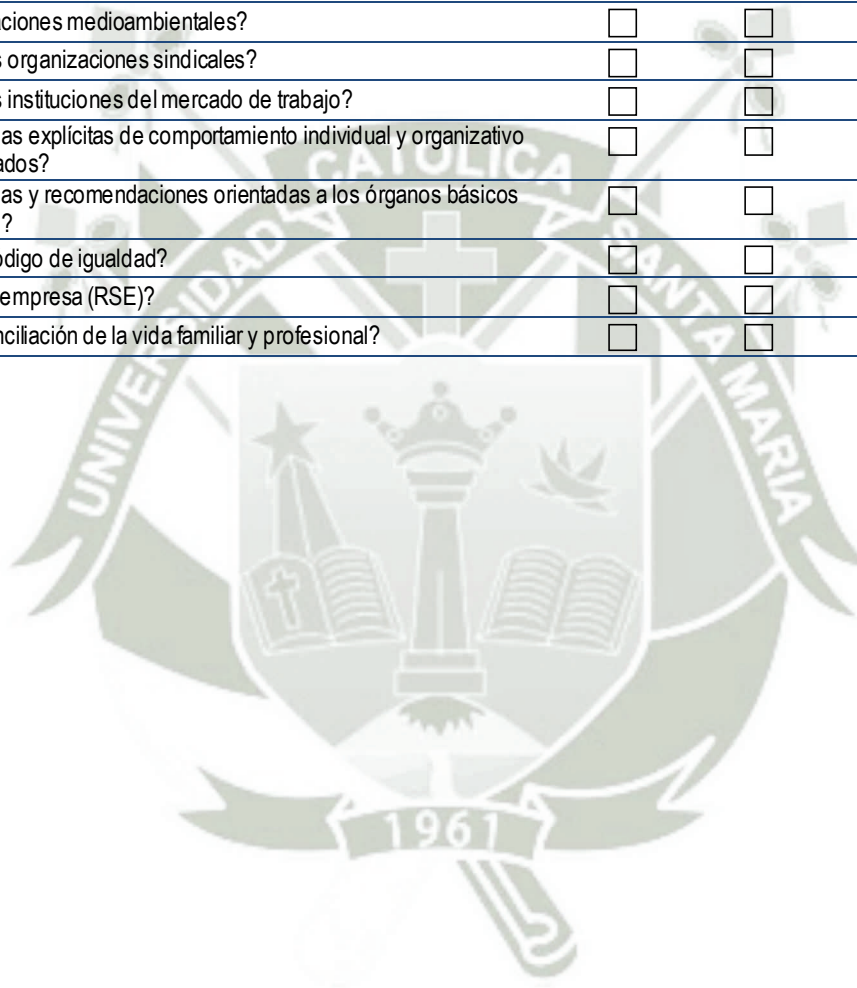
	Sumamente importante	Muy importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
El conjunto de clientes relevantes para la empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La lealtad de clientes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La satisfacción del cliente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los procesos de relación con clientes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La capacidad y calidad de los diferentes canales de distribución?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El grado de formalización de la relación con proveedores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El conjunto de procedimientos que facilita el soporte técnico?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La personalización de productos y servicios?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La capacidad de respuesta de los proveedores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las relaciones con los accionistas e inversores Institucionales?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las relaciones con instituciones del mercado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las relaciones de participación empresarial?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El número y naturaleza de las alianzas que mantiene la empresa con otras organizaciones?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La solidez de las alianzas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los beneficios de las alianzas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los conocimiento de competidores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los procesos de relación con competidores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las relaciones con instituciones de la calidad?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las certificaciones y sistemas de calidad?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La antigüedad y fidelización del empleado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La satisfacción del empleado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los procesos de relación con empleados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Los canales de comunicación que tiene los empleados?

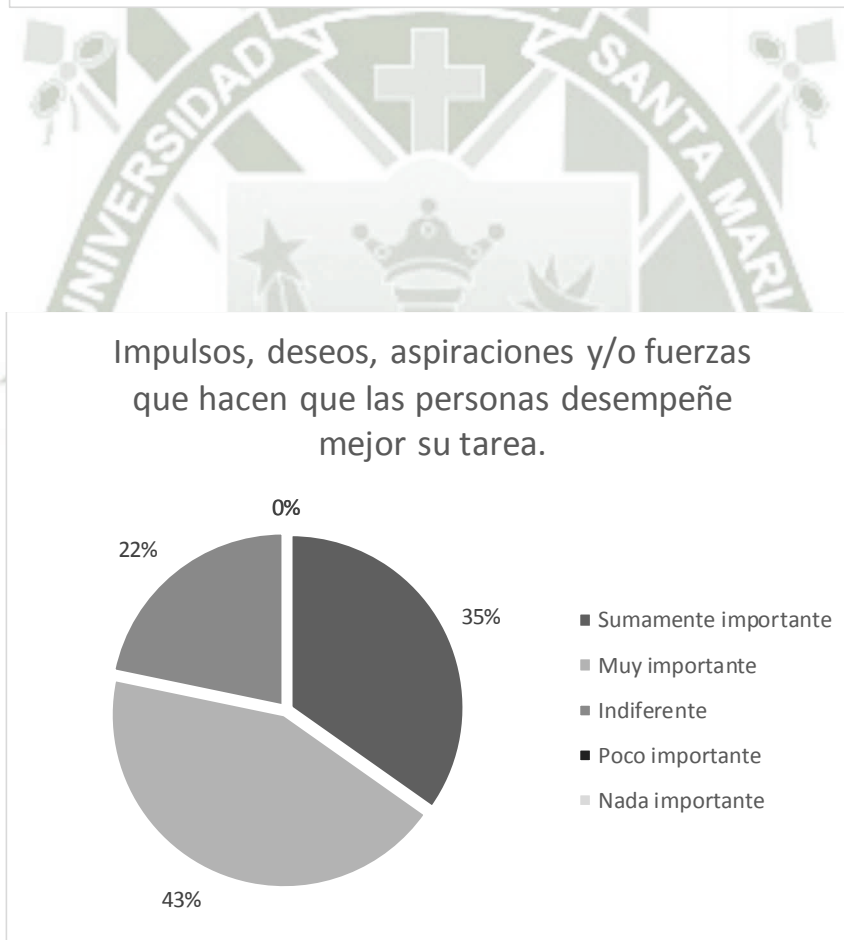
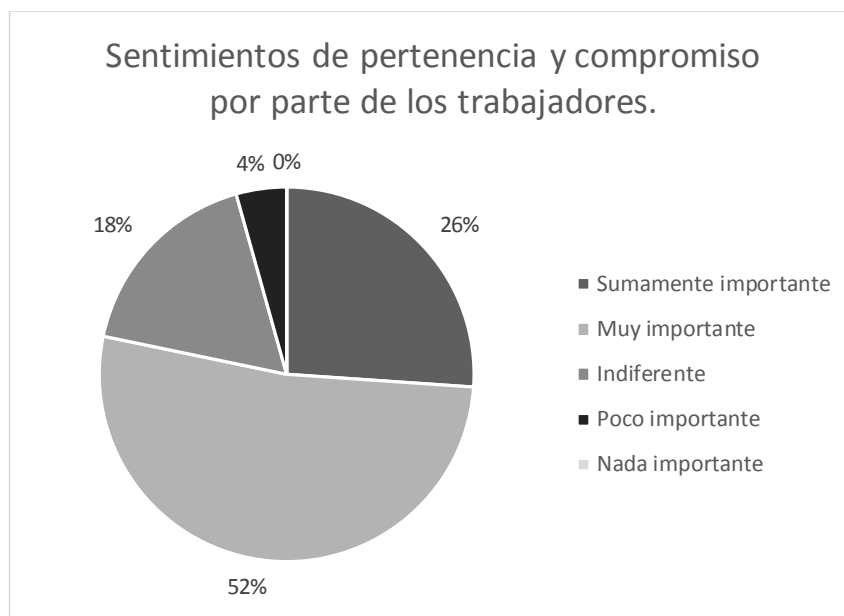
**12. Sobre el Capital Social ¿Que tan importante es para usted poder contabilizar...**

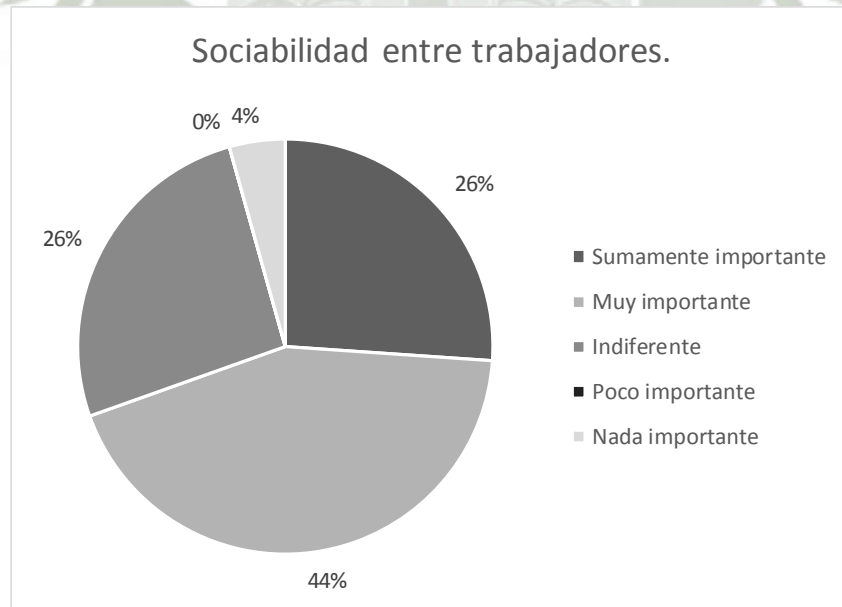
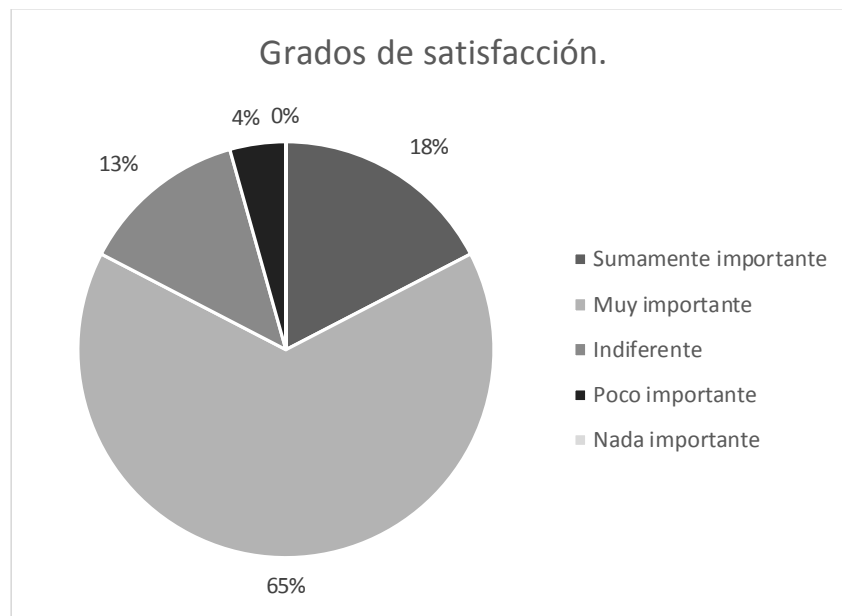
Sumamente importante      Muy importante      Indiferente      Poco importante      Nada importante

El grado de apoyo y de vinculación de la empresa con la política social de las administraciones públicas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La participación o colaboración de la empresa en la gestión pública?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El grado de conocimiento y de aceptación en el mercado de la marca de la empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las relaciones con medios de comunicación?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las relaciones con las instituciones de defensa medioambiental?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los códigos y certificaciones medioambientales?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las relaciones con las organizaciones sindicales?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las relaciones con las instituciones del mercado de trabajo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La existencia de normas explícitas de comportamiento individual y organizativo de directivos y empleados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La existencia de normas y recomendaciones orientadas a los órganos básicos de gobierno societario?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La existencia de un código de igualdad?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La acción social de la empresa (RSE)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los programas de conciliación de la vida familiar y profesional?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

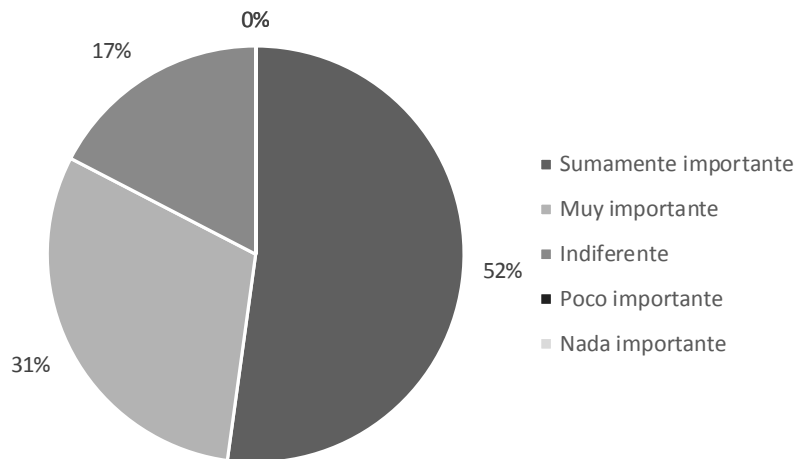


**Anexo 3: Variables del Capital Humano**

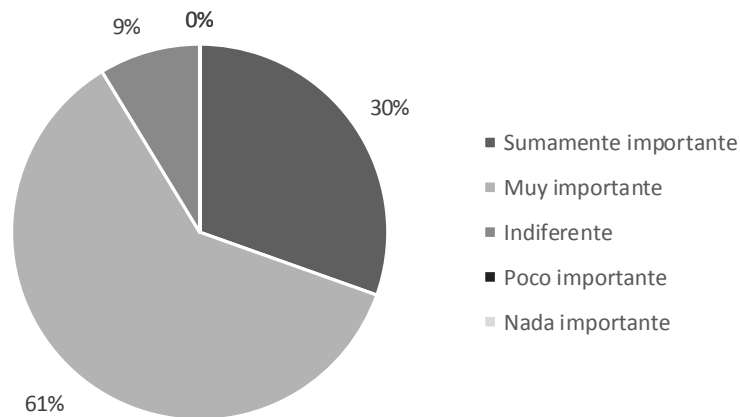




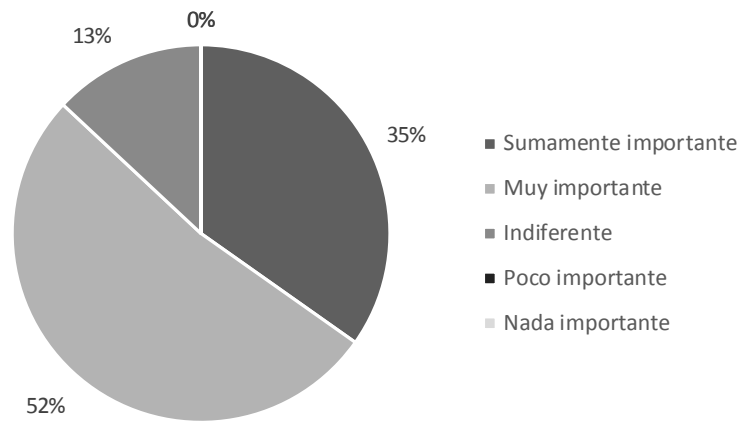
### Orientación al cliente.



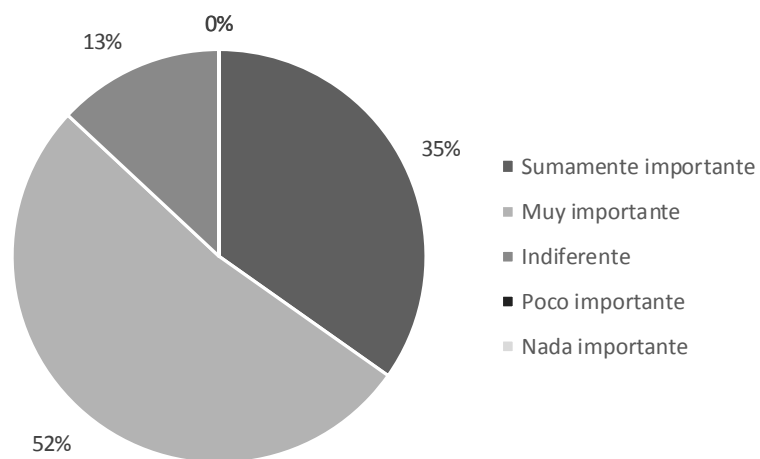
### Flexibilidad y adaptabilidad (actitud positiva frente al cambio).



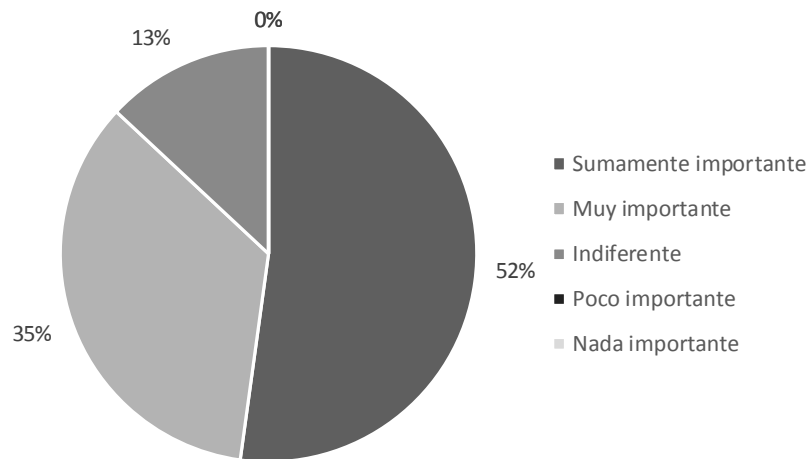
### Creatividad (procesos que facilitan la aparición de nuevas ideas).



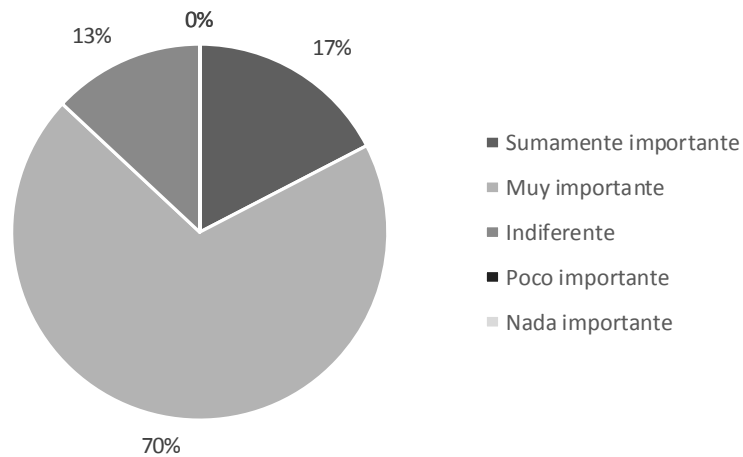
### Formación académica.



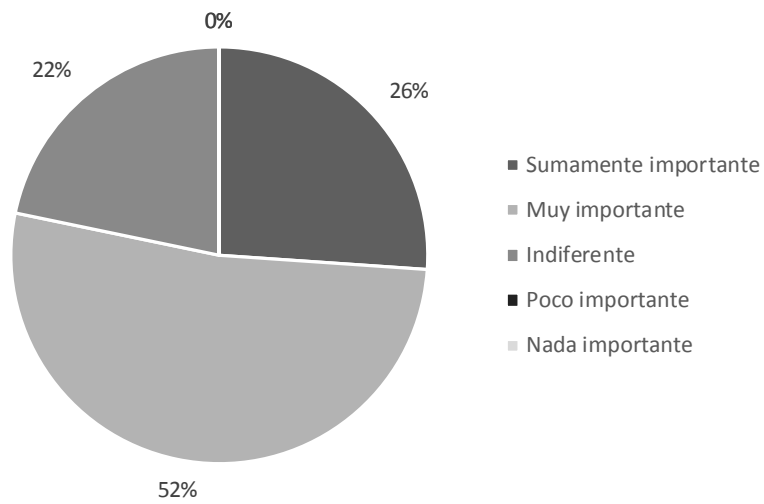
### Formación especializada.



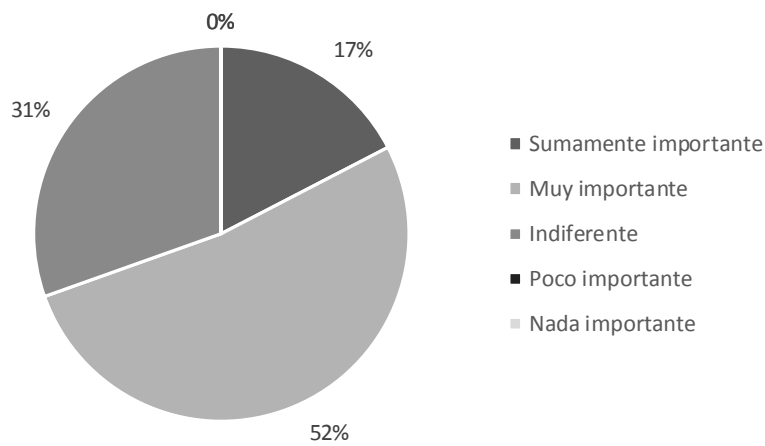
### Formación brindada por la empresa (capacitación).



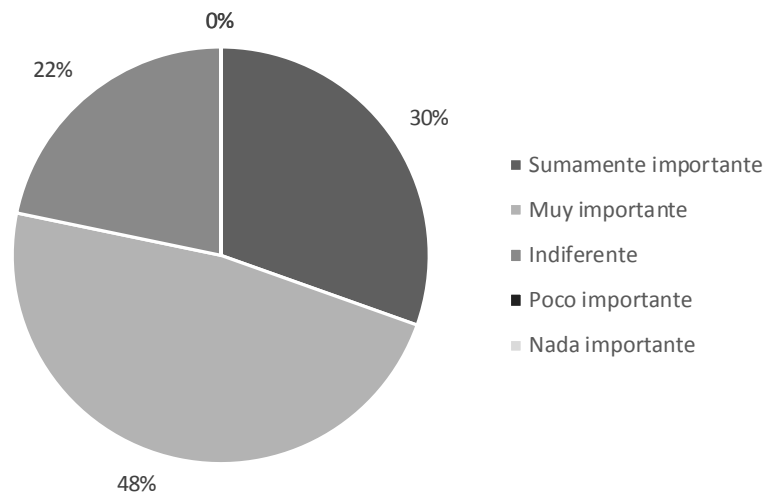
### Experiencia.



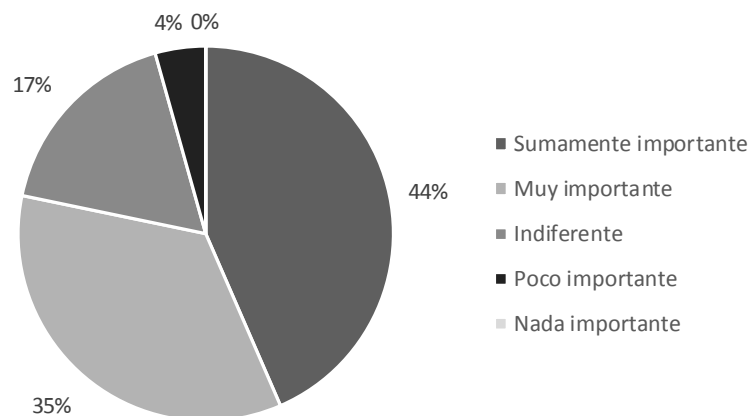
### Desarrollo personal (basados en procesos informales).



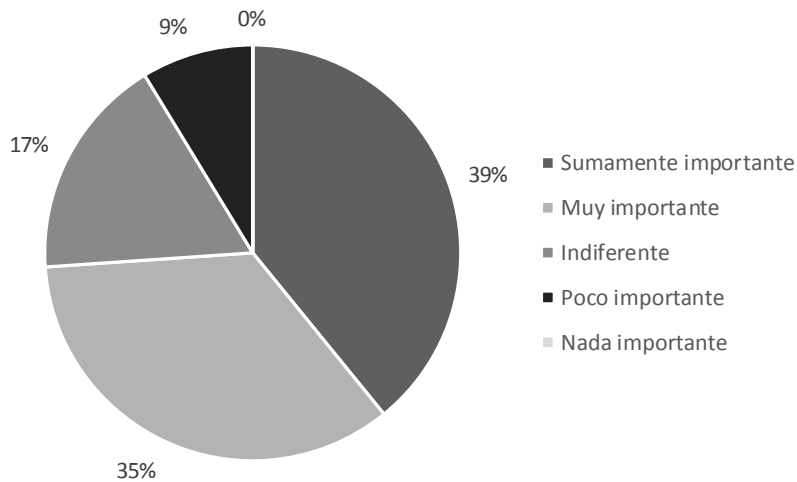
### Capacidad de aprendizaje.



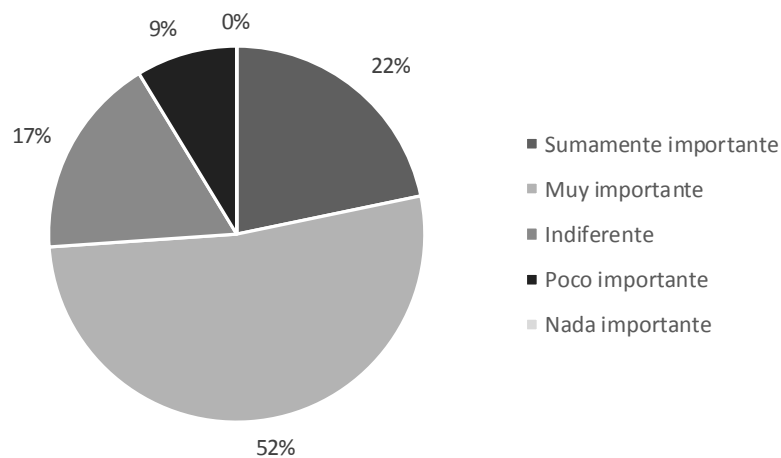
### Capacidad de colaborar o trabajar en equipo.



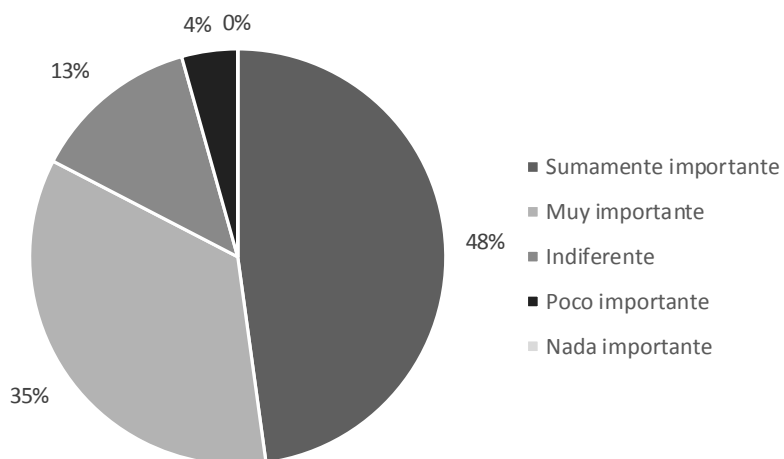
### Capacidad de emitir y recibir información.



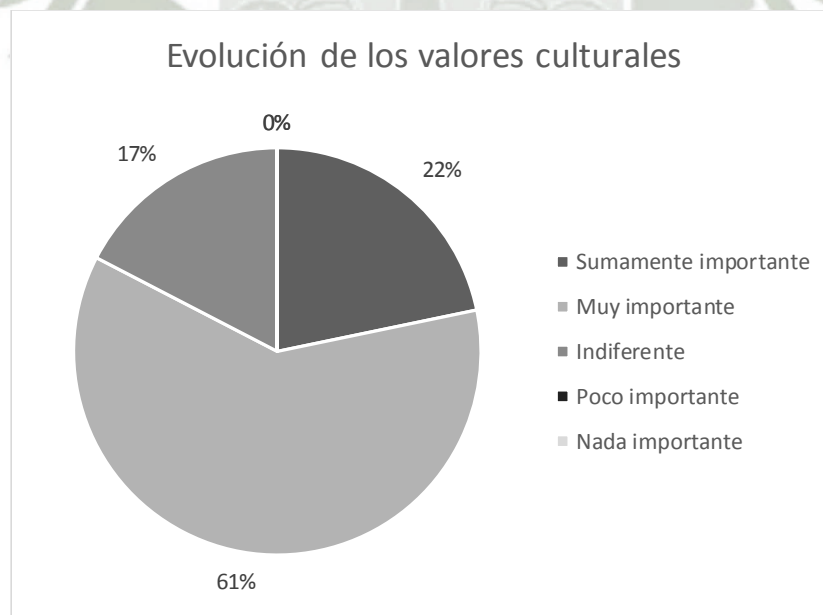
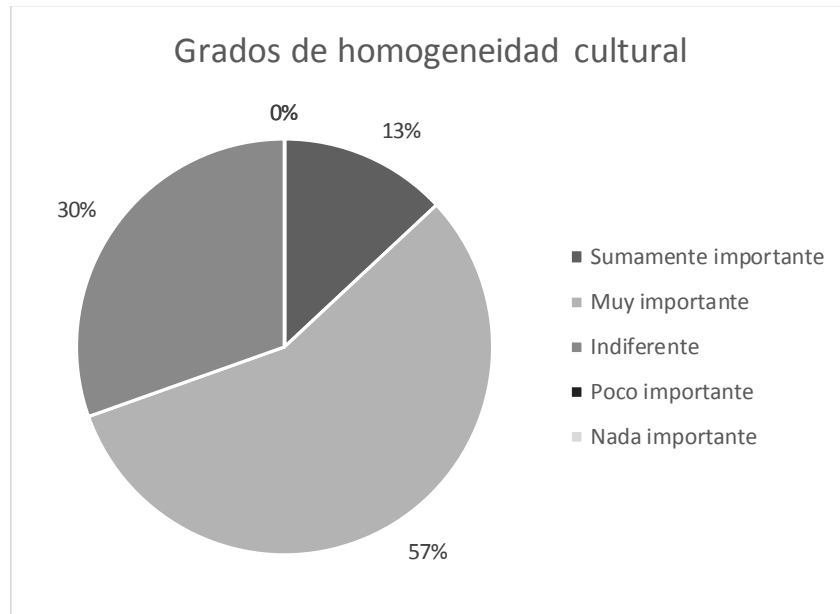
### Capacidad para conciliar la vida laboral y familiar.



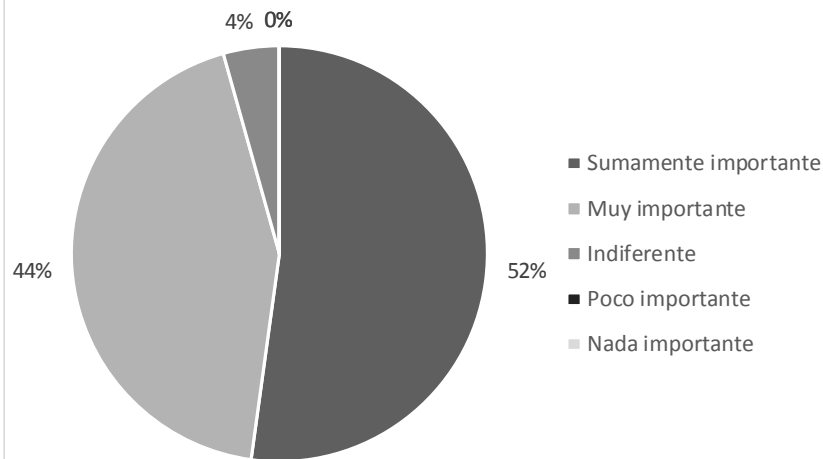
### Capacidad de liderar grupos de personas.



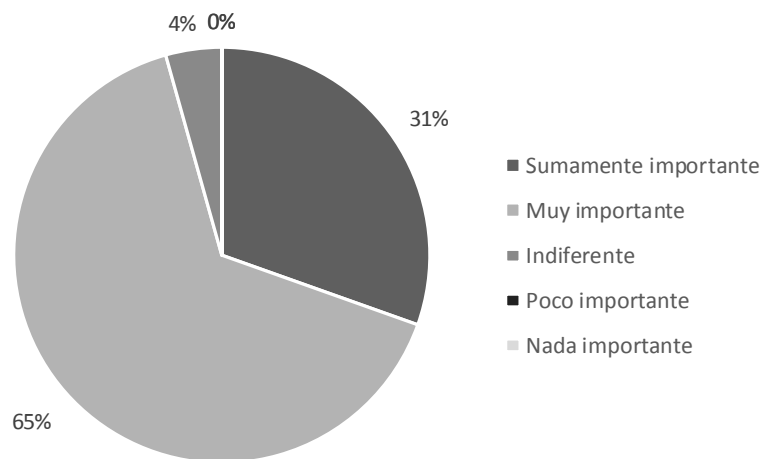
**Anexo 4: Variables del Capital Organizativo**

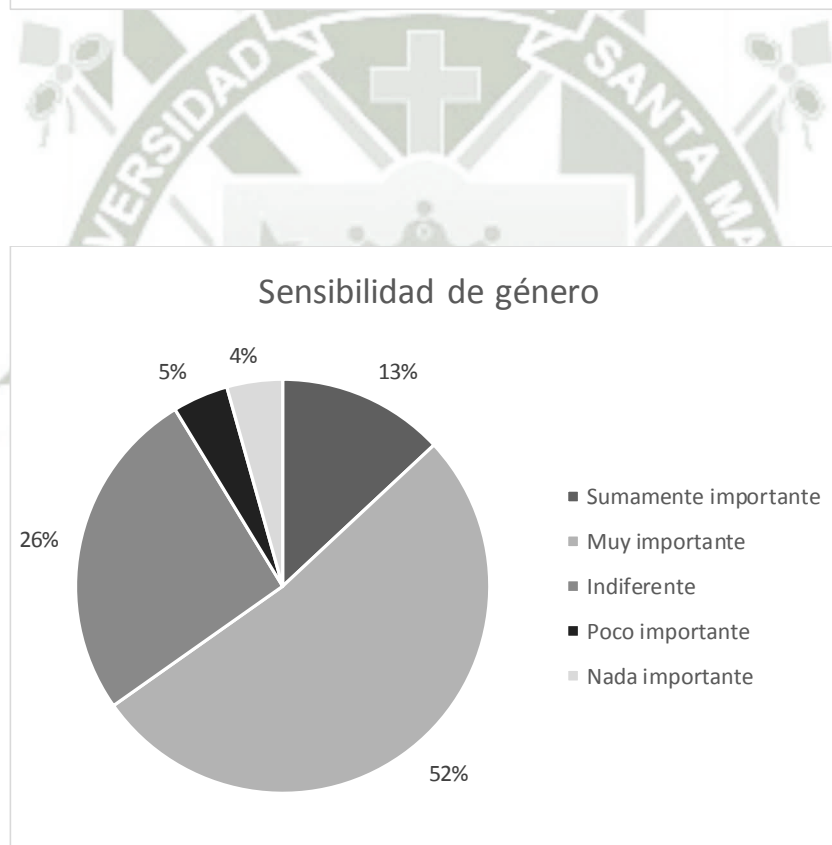
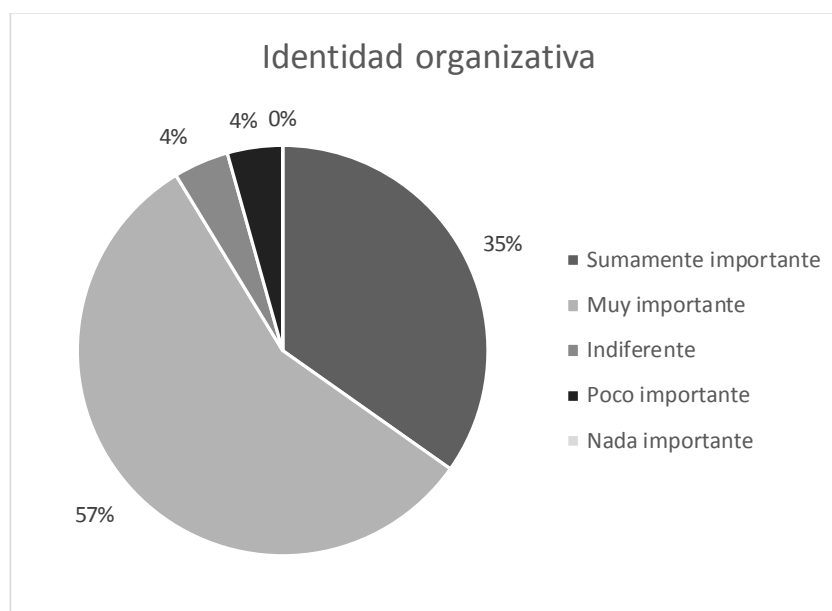


### Ambiente de trabajo y clima social –laboral

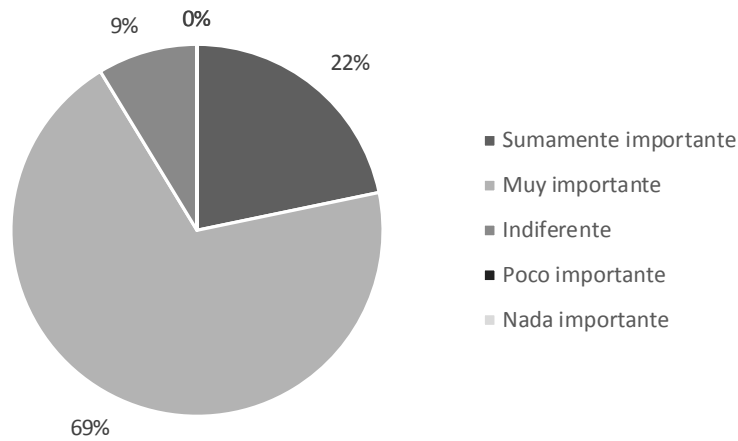


### Filosofía del negocio

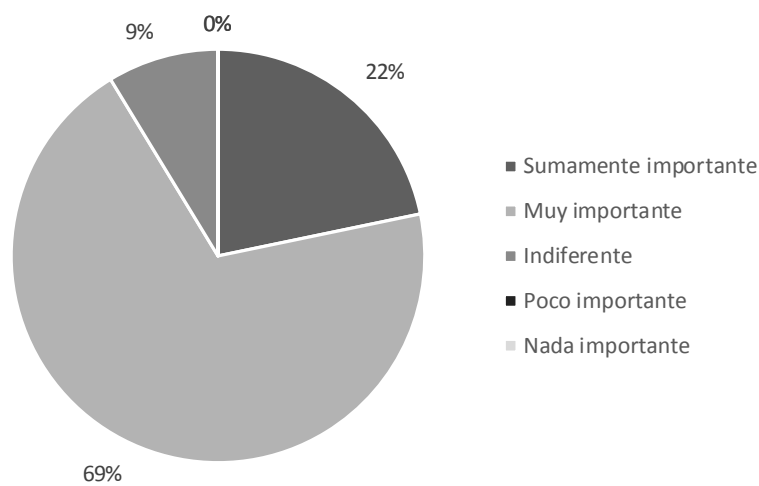




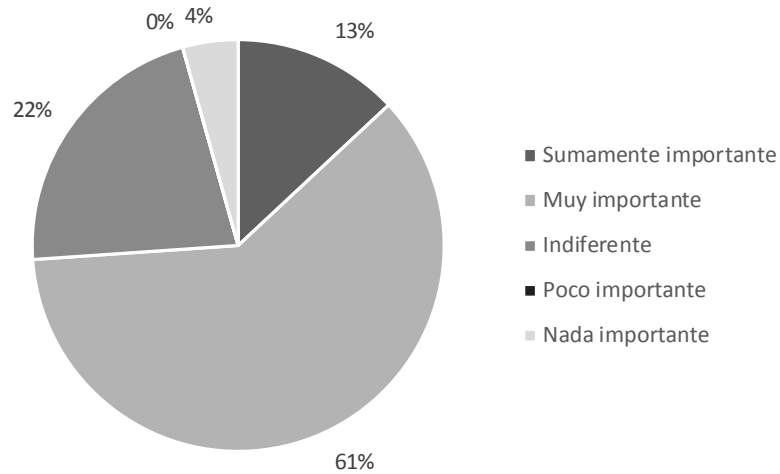
### Forma de configurar la organización (diseño organizativo)



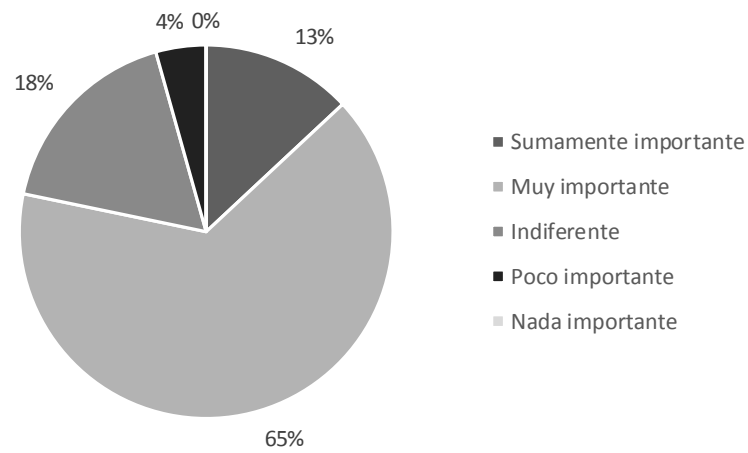
### Desarrollo organizativo



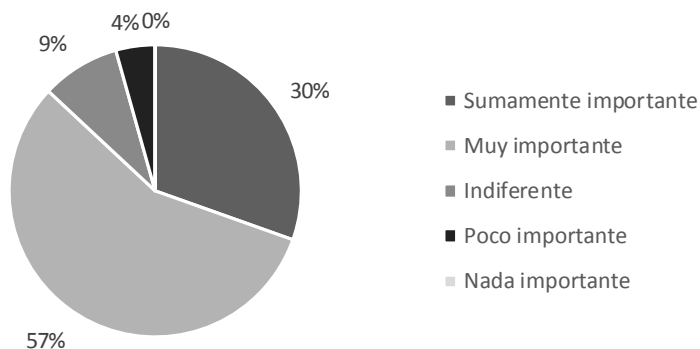
### Entornos o contextos de aprendizaje



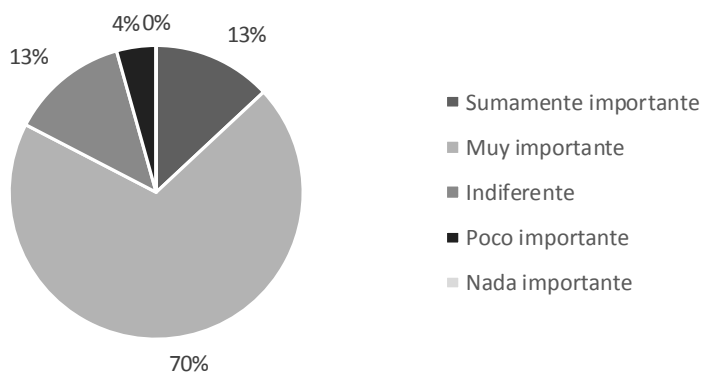
### Pautas, rutinas, y procedimientos organizativos



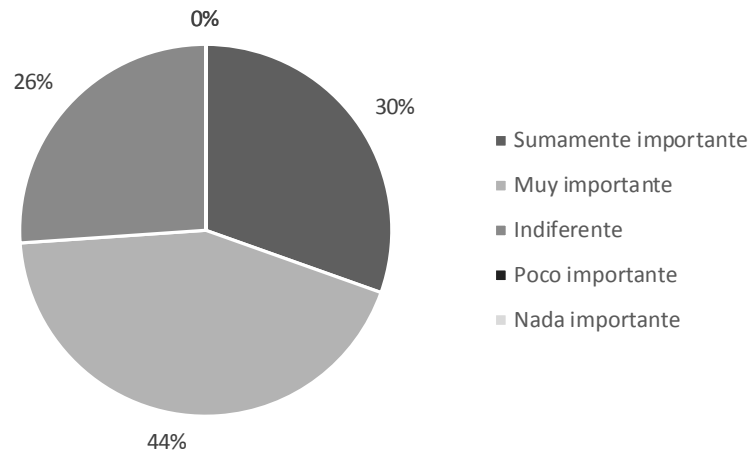
Procesos y procedimientos a través de los cuales la organización percibe, capta, conserva y comunica conocimiento entre sus miembros o partícipes



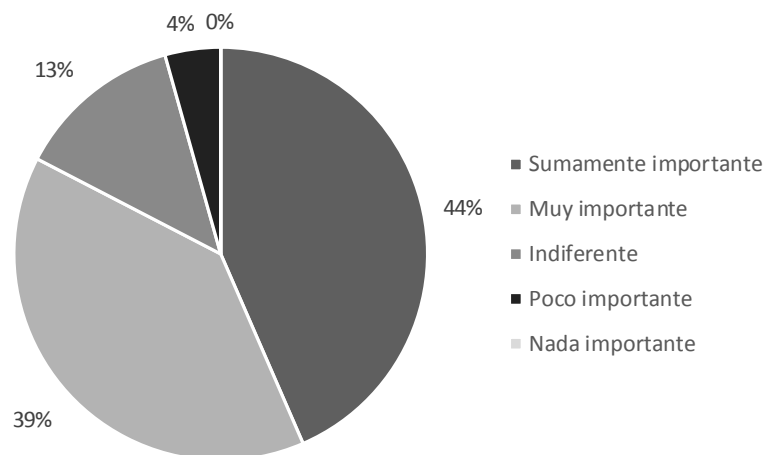
Procesos y procedimientos que impulsan la creación de conocimiento, su aprendizaje, memorización y transferencia hacia la innovación



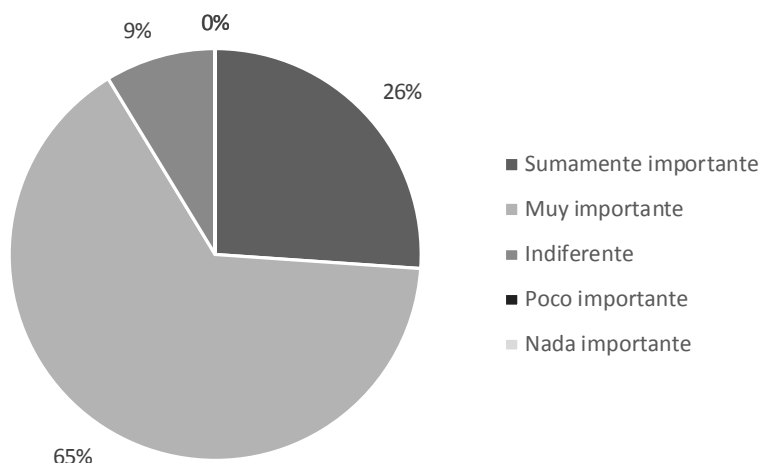
### Discusión de la misión y reorientación de la estrategia



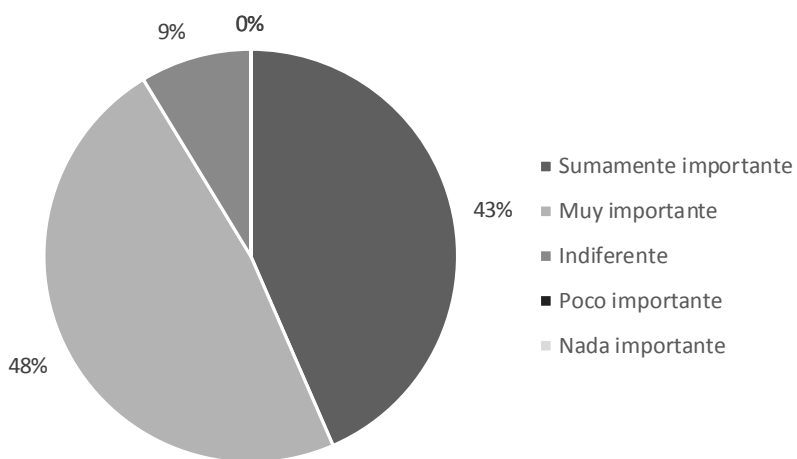
### Innovación



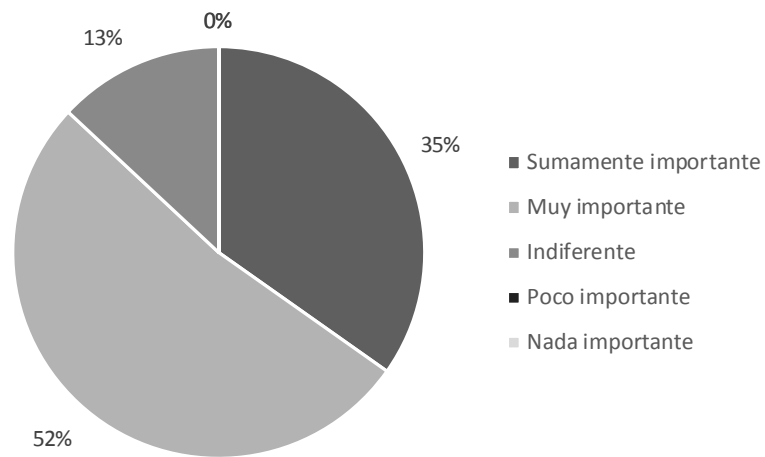
### Sistemas de segmentación de clientes



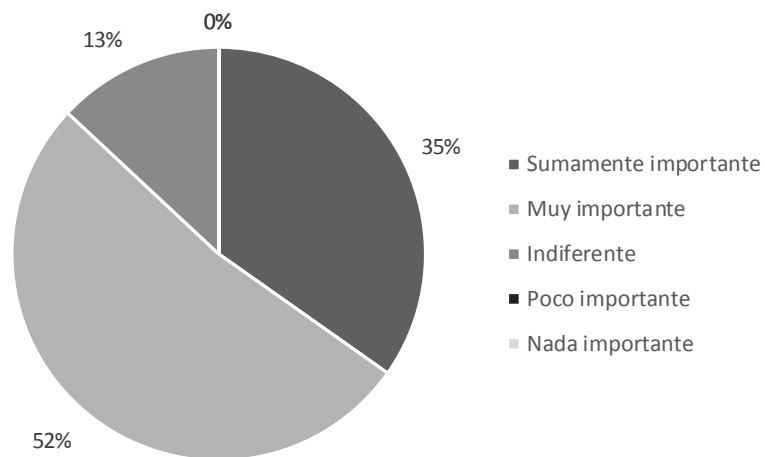
### Políticas de gestión de clientes



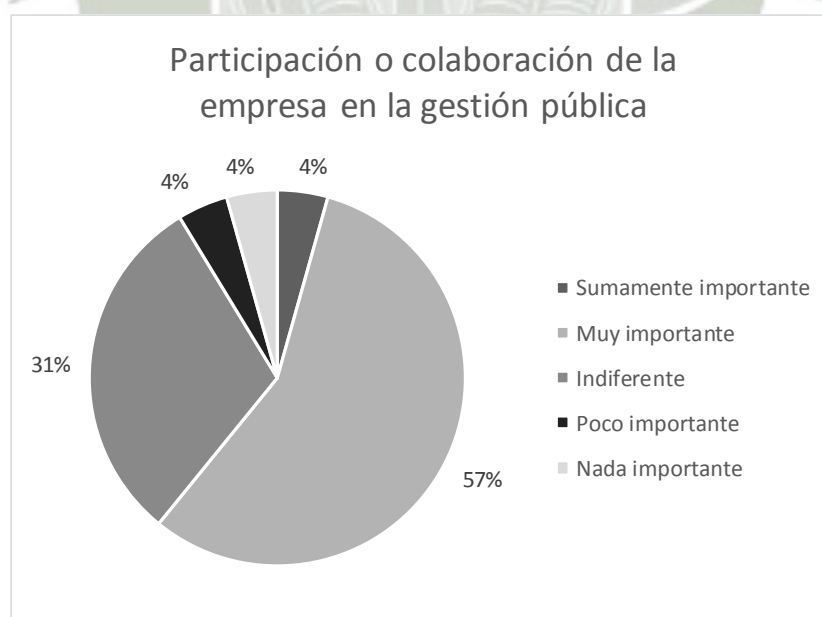
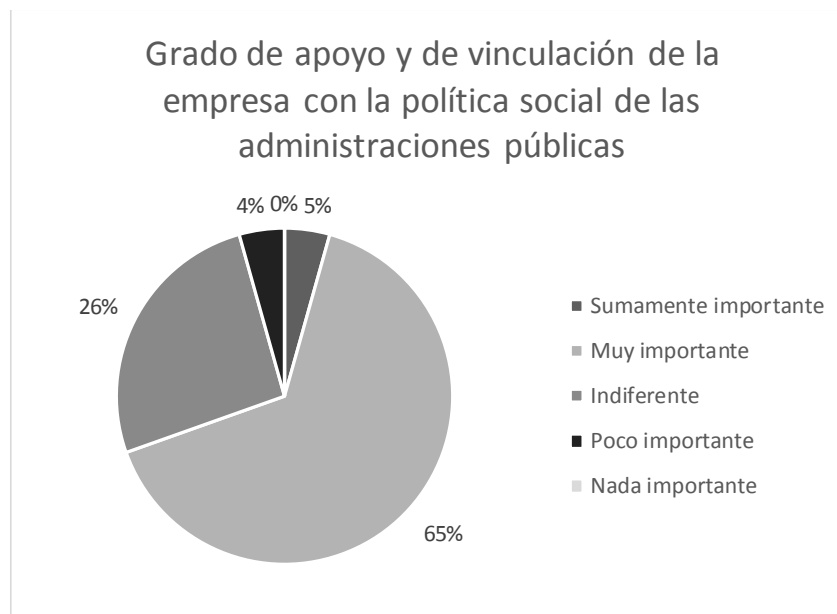
### Integración de los proveedores



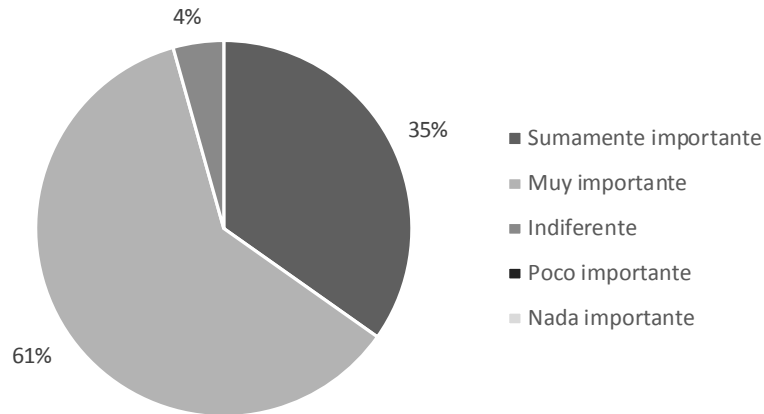
### Políticas de gestión de los proveedores



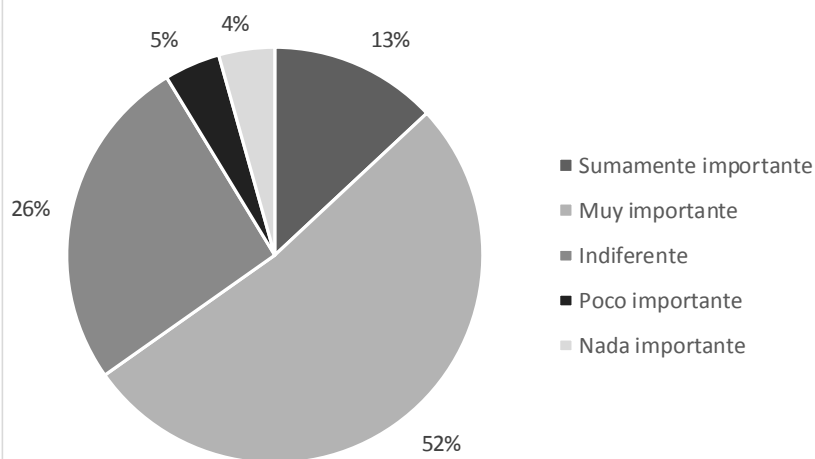
**Anexo 5: Variables del Capital Social**



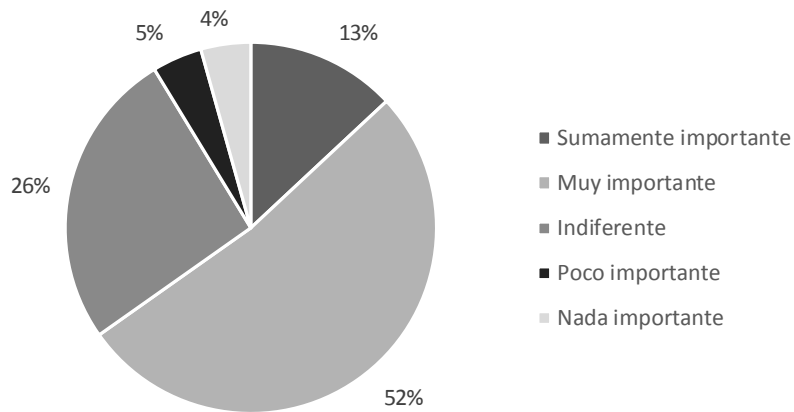
### Grado de conocimiento y de aceptación en el mercado de la marca de la empresa



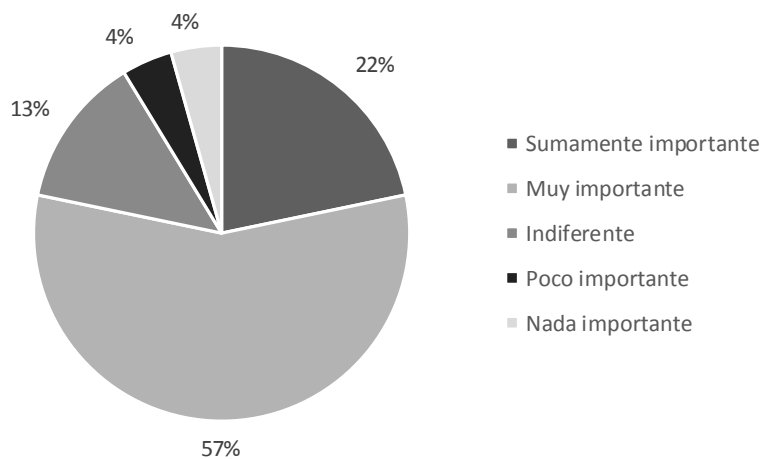
### Relaciones con medios de comunicación



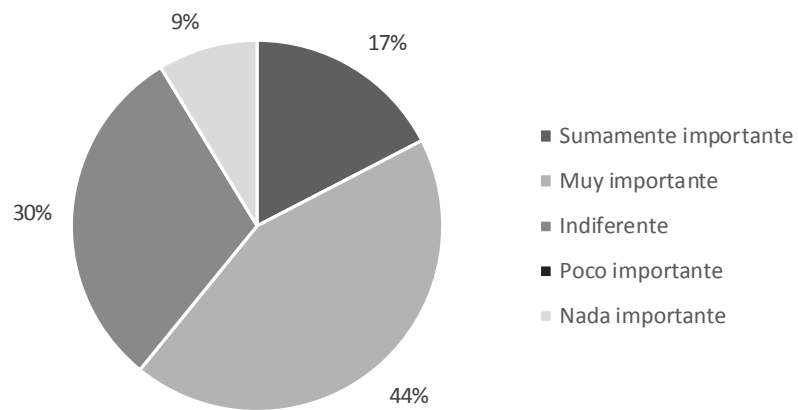
### Relaciones con las instituciones de defensa medioambiental



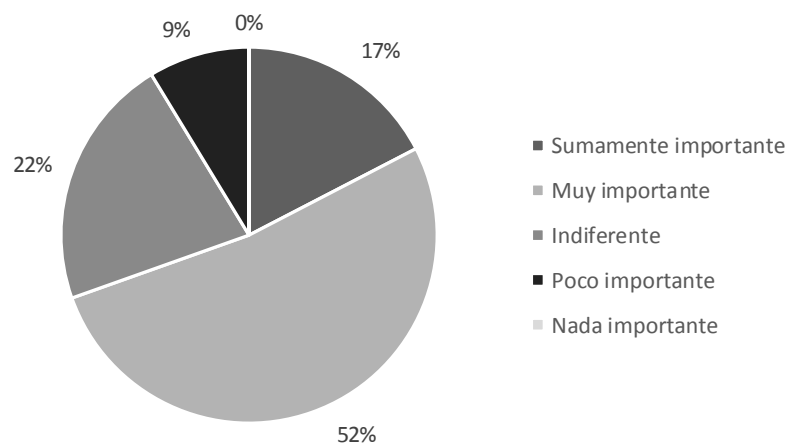
### Códigos y certificaciones medioambientales



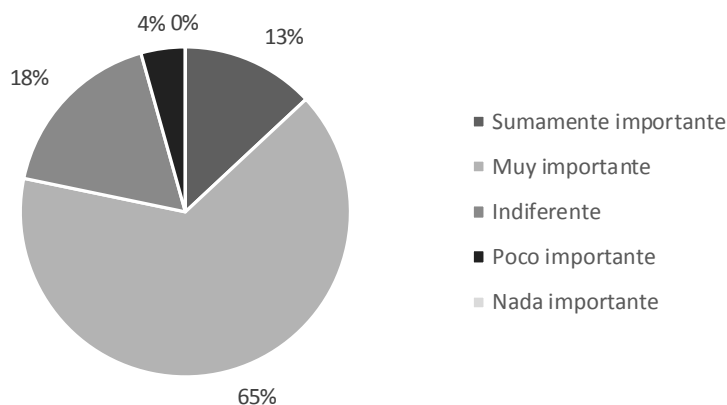
### Relaciones con las organizaciones sindicales



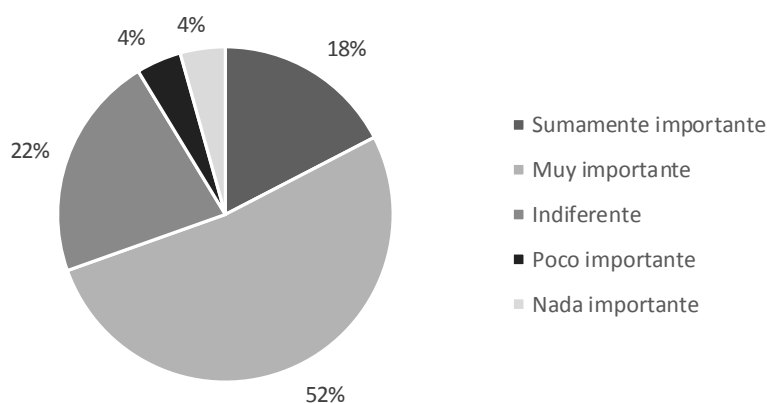
### Relaciones con las instituciones del mercado de trabajo



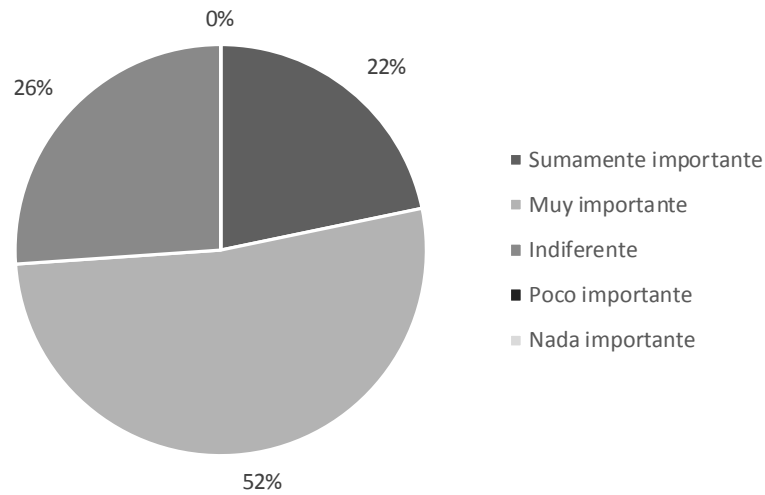
### Existencia de normas explícitas de comportamiento individual y organizativo de directivos y empleados



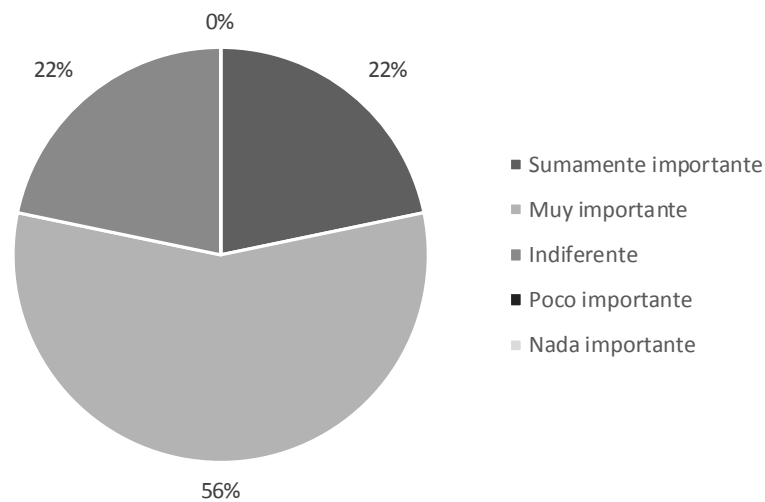
### Existencia de normas y recomendaciones orientadas a los órganos básicos de gobierno societario



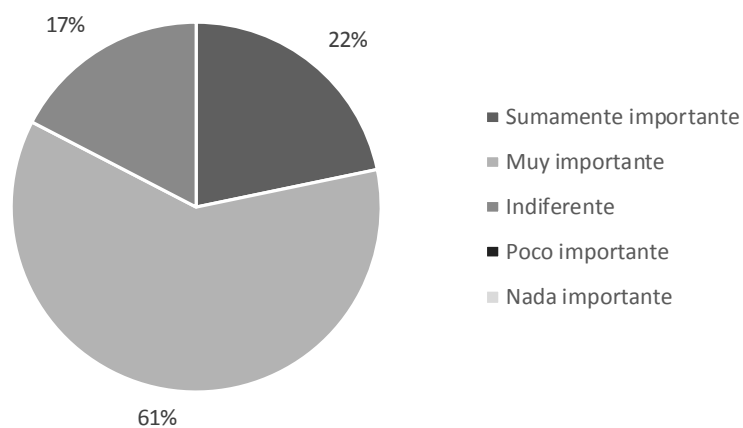
### Existencia de un código de igualdad



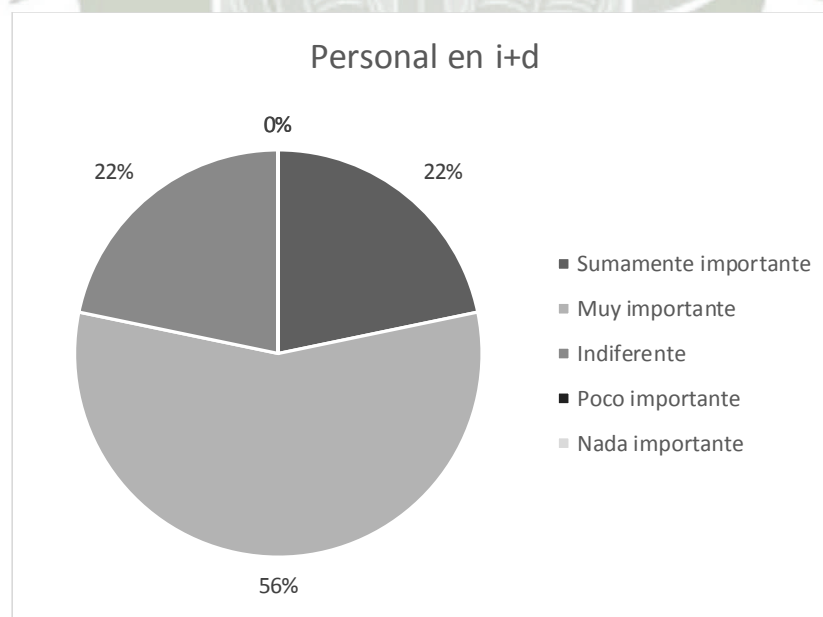
### Acción social de la empresa (RSE)

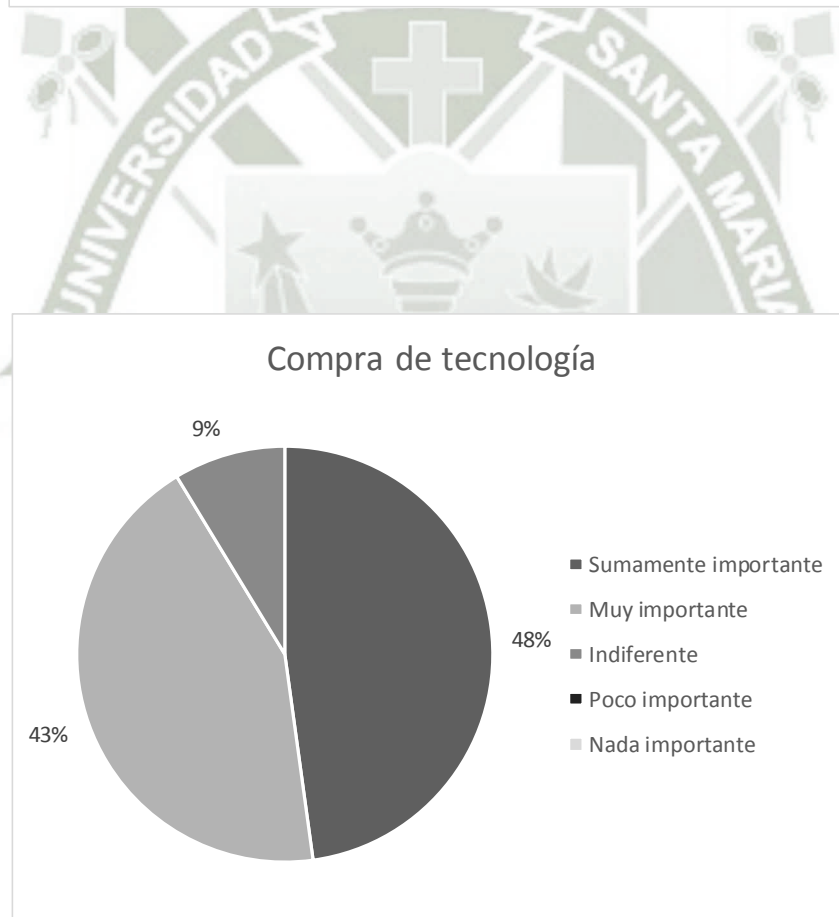
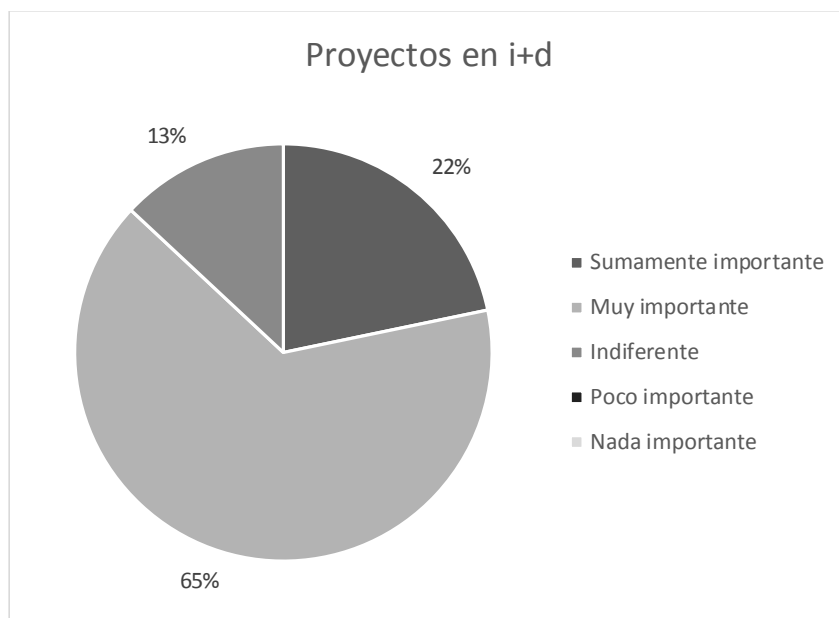


### Programas de conciliación de la vida familiar y profesional

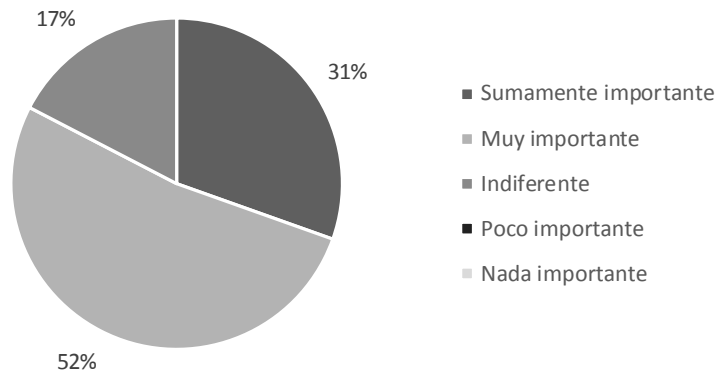


**Anexo 6: Variables del Capital Tecnológico**

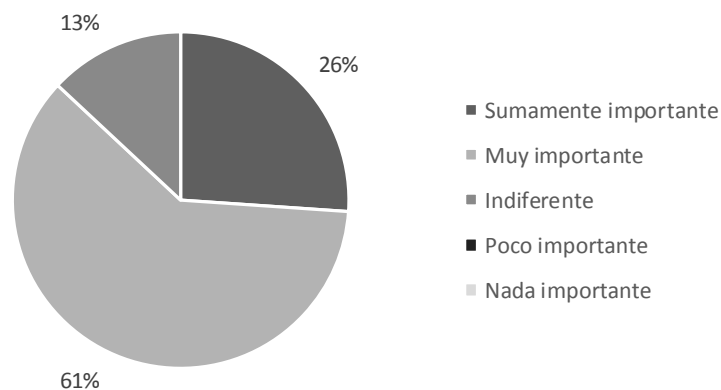




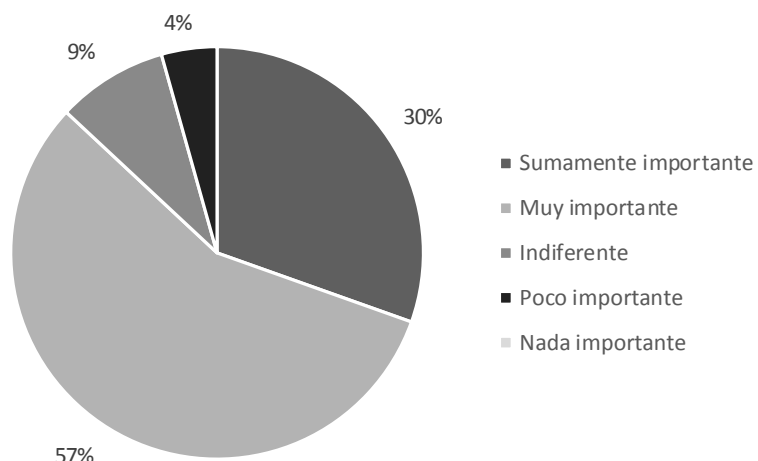
### Conocimientos tecnológicos incorporados en bienes de equipo e instrumentos necesarios para las actividades de i+d



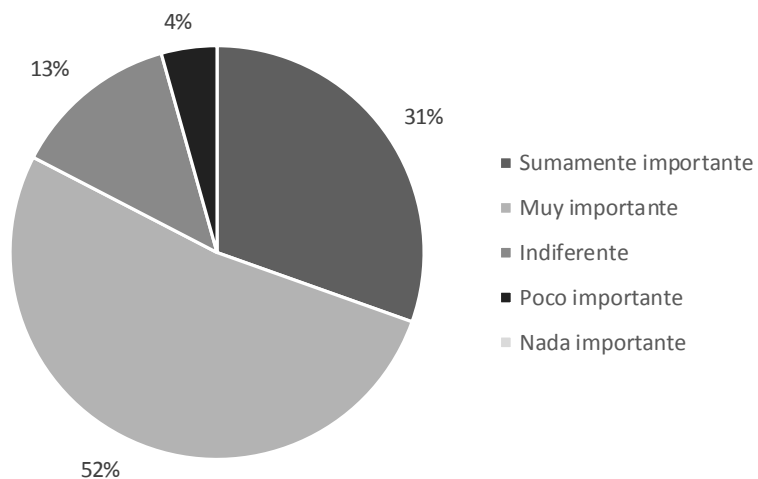
### Desarrollos tecnológicos y aplicaciones para el tratamiento de la información y de las comunicaciones

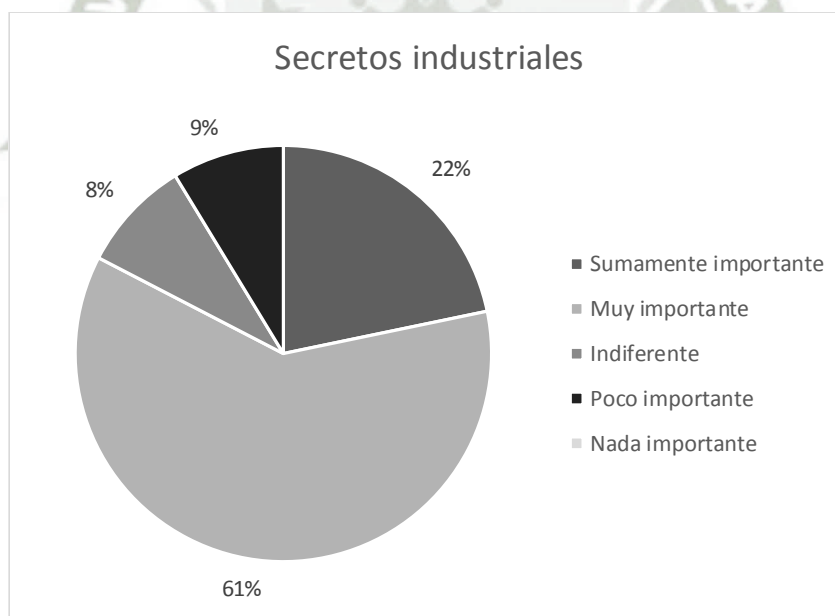
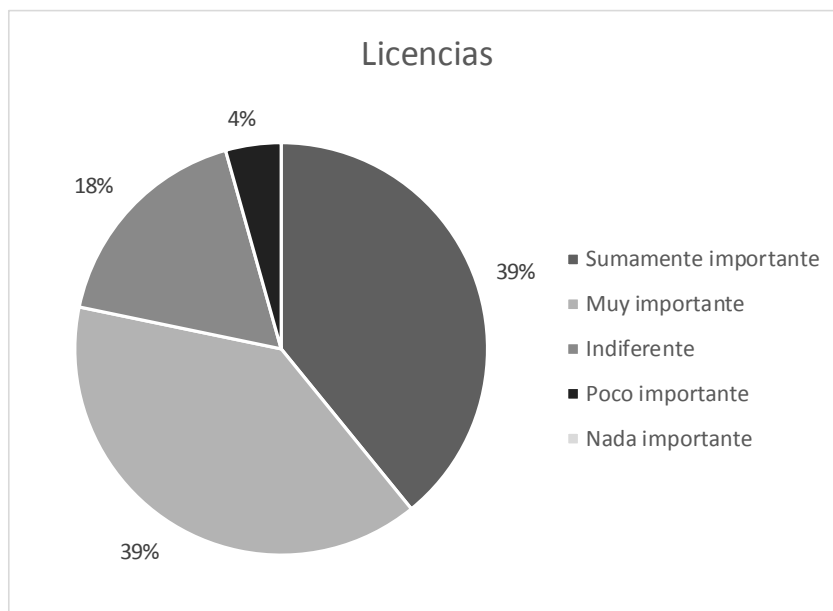


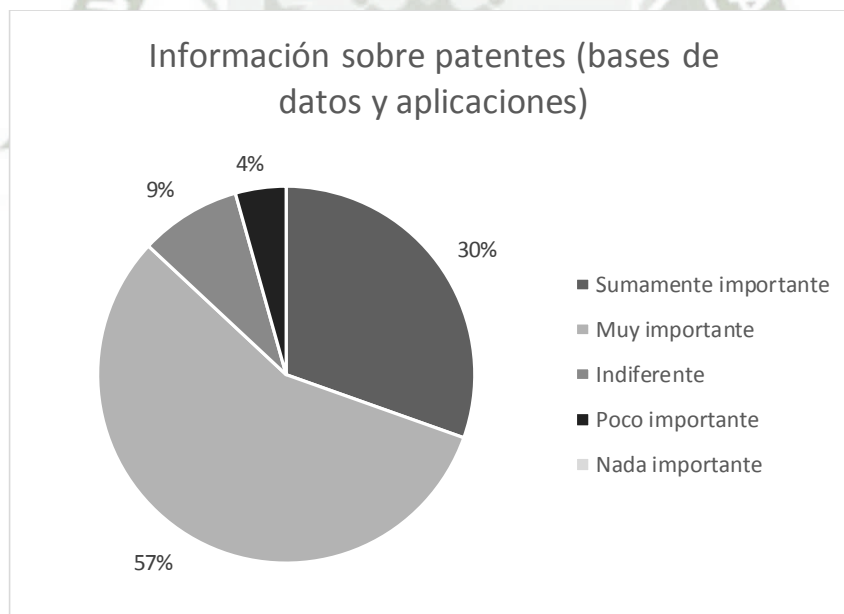
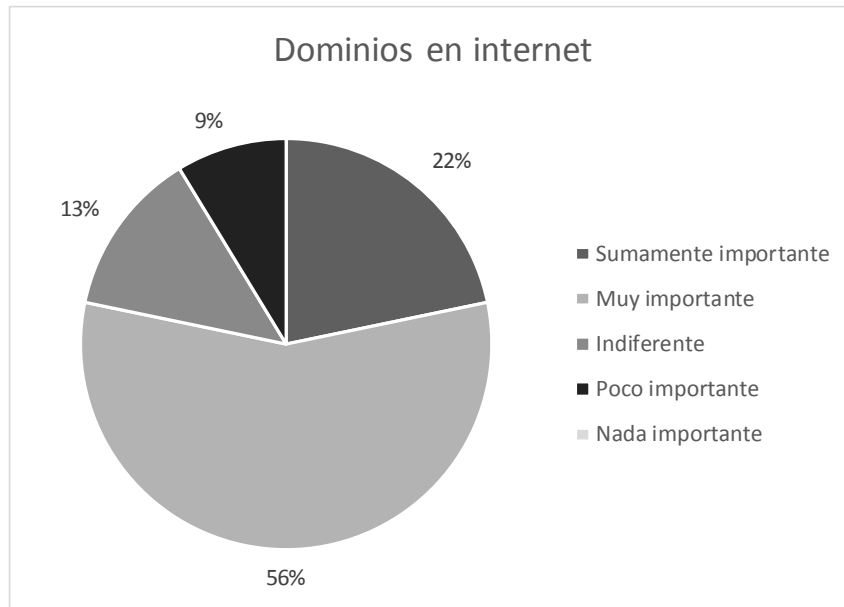
### Patentes y modelos de utilidad



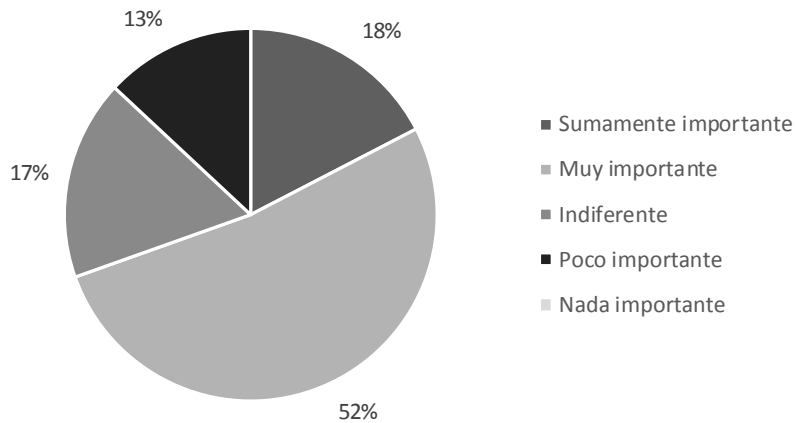
### Marcas registradas



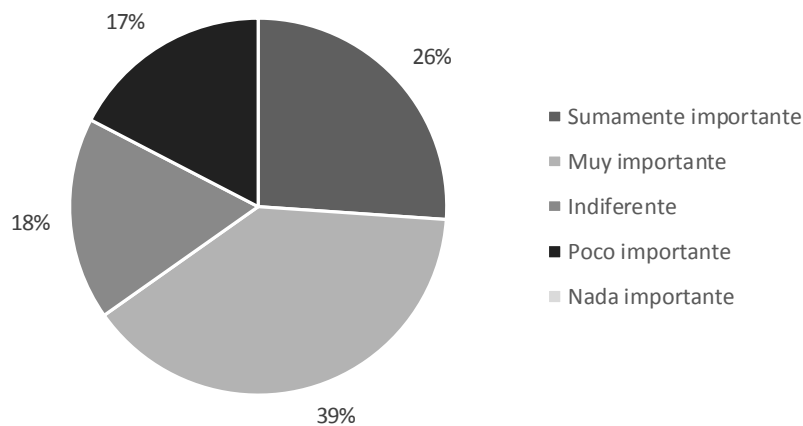




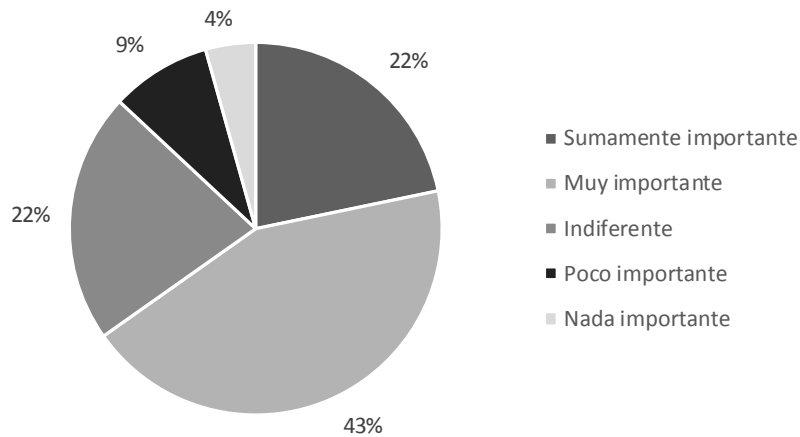
### Conocimiento sobre la actividad tecnológica de la competencia



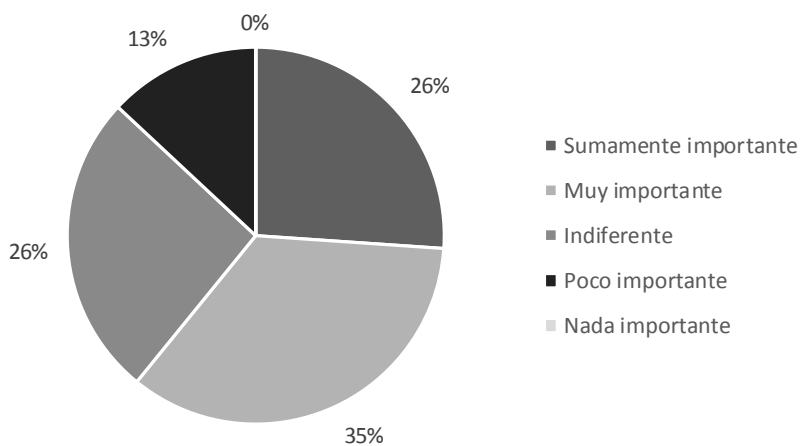
### Información sobre líneas de investigación y tecnologías emergentes



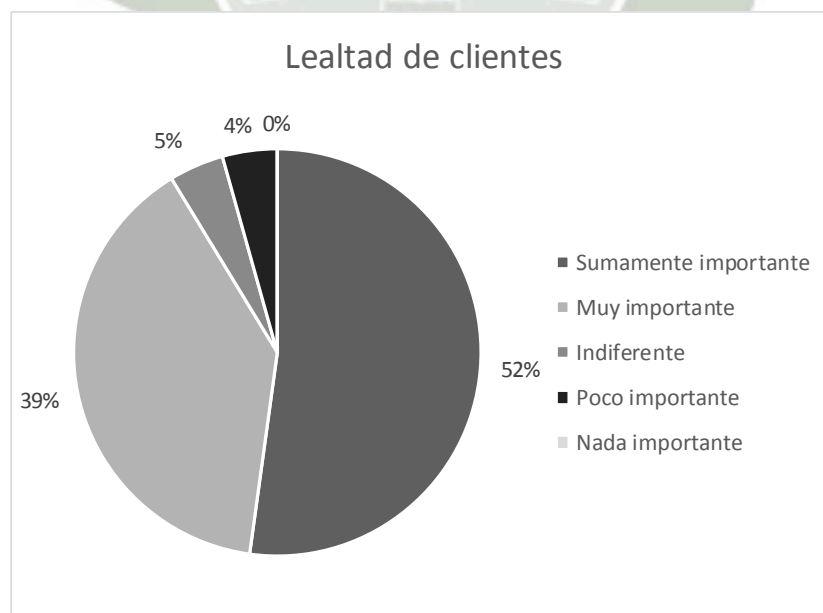
### Conocimiento de posibles asociaciones con empresas para i+d

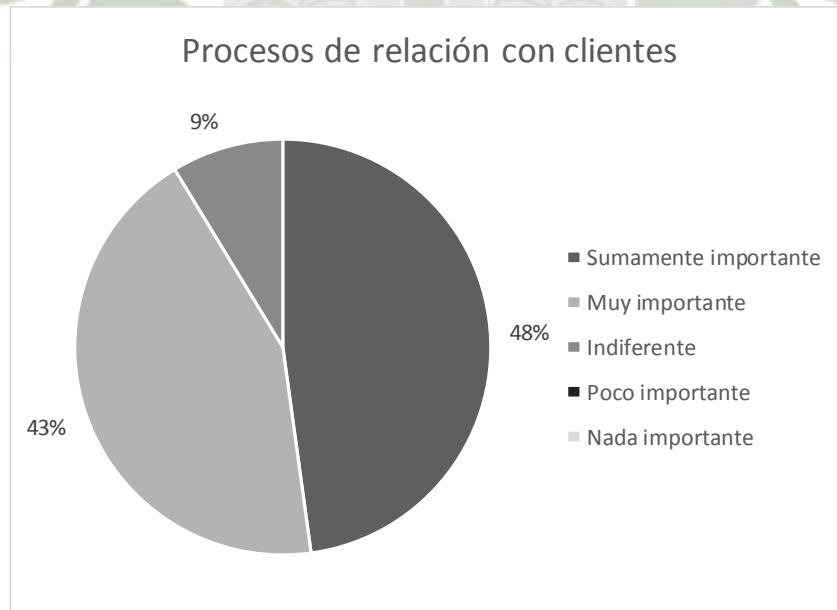


### Localización de tecnologías sobre las que solicitar licencias

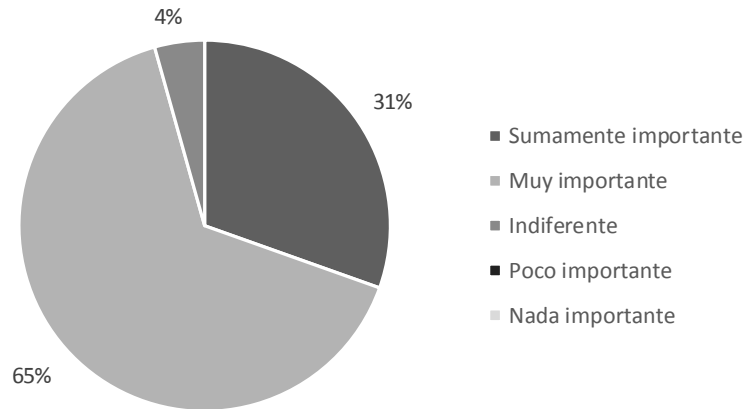


**Anexo 7:** Variables del Capital de Negocio

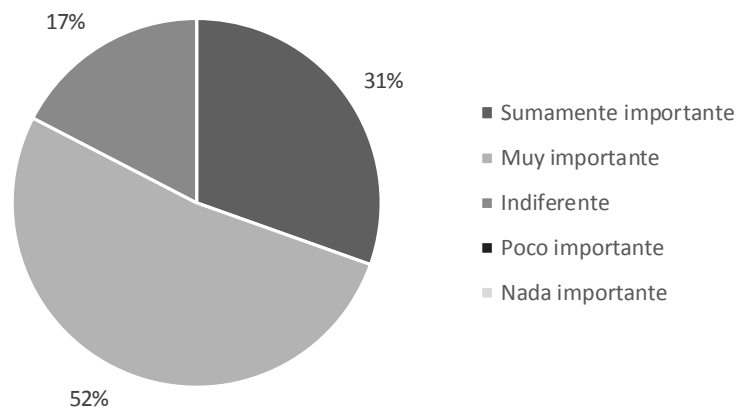




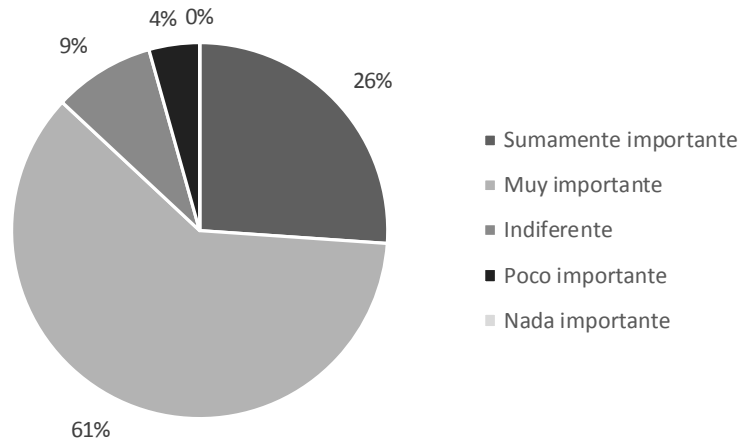
### Capacidad y calidad de los diferentes canales de distribución



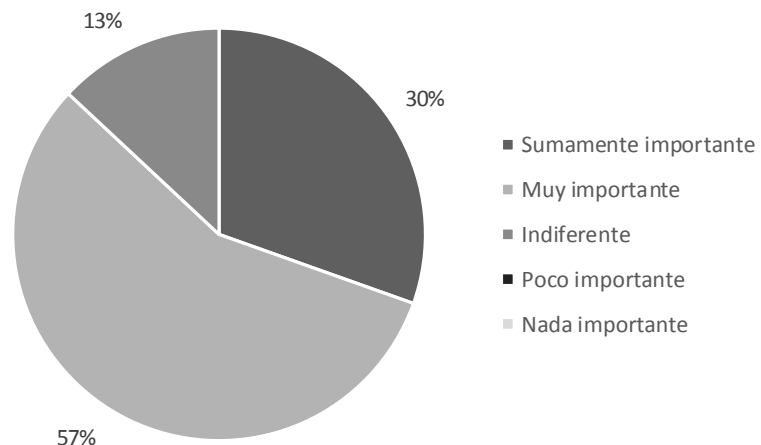
### Grado de formalización de la relación con proveedores



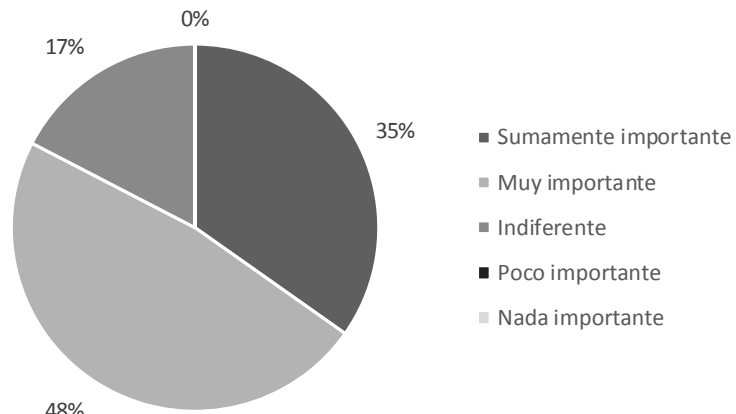
### Conjunto de procedimientos que facilita el soporte técnico



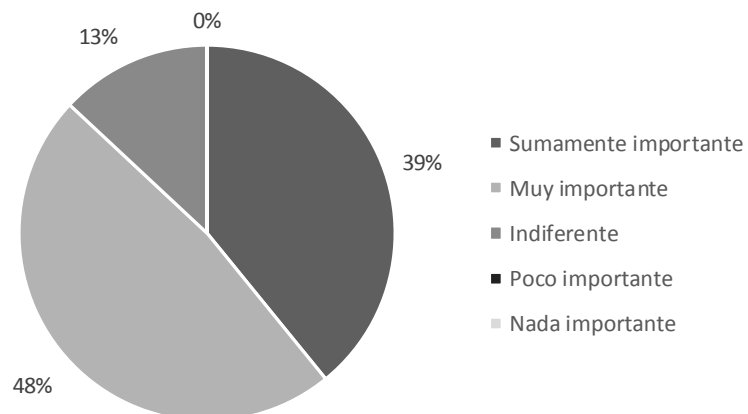
### Personalización de productos y servicios



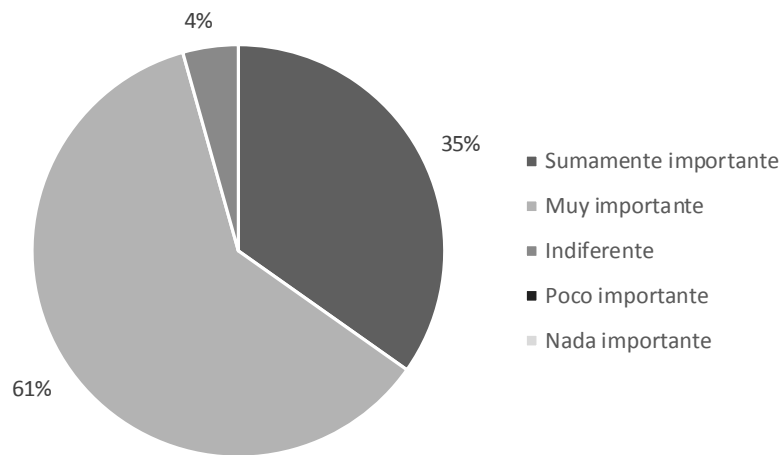
### Capacidad de respuesta de los proveedores



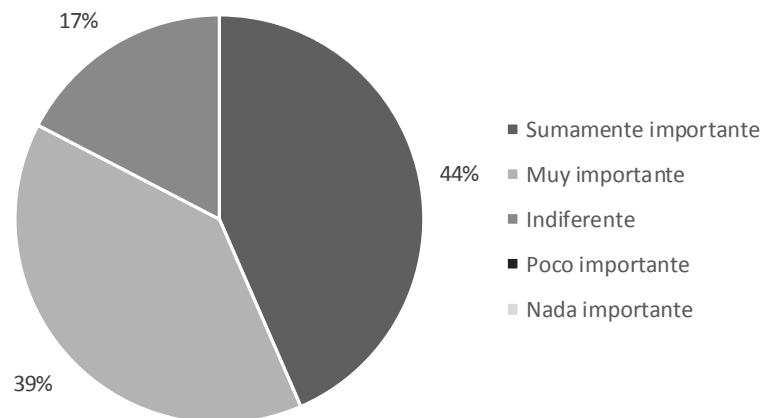
### Relaciones con los accionistas e inversores institucionales



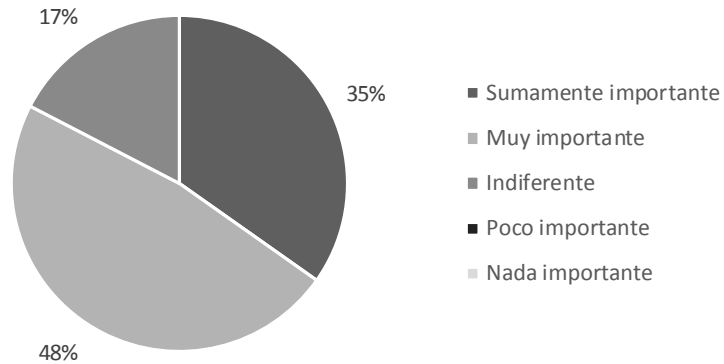
### Relaciones con instituciones del mercado



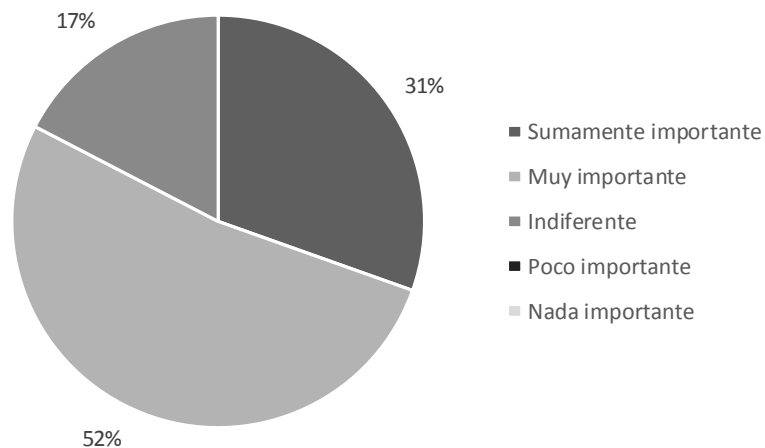
### Relaciones de participación empresarial



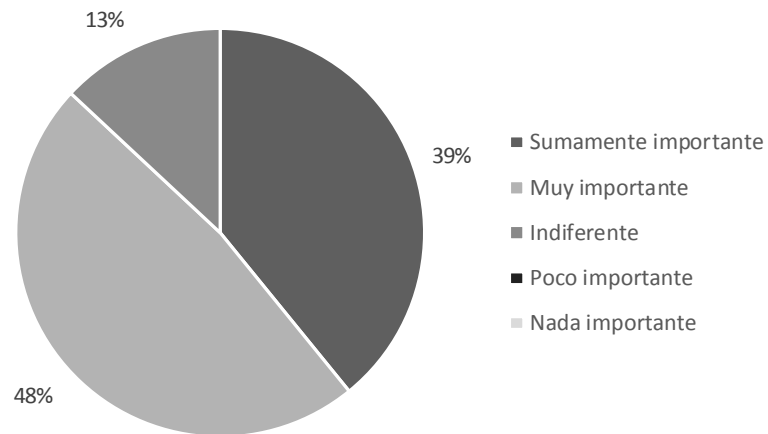
### Número y naturaleza de las alianzas que mantiene la empresa con otras organizaciones



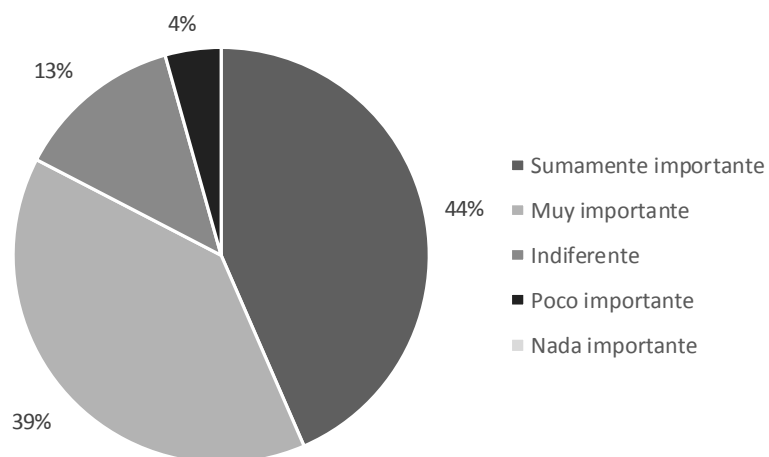
### Solidez de las alianzas



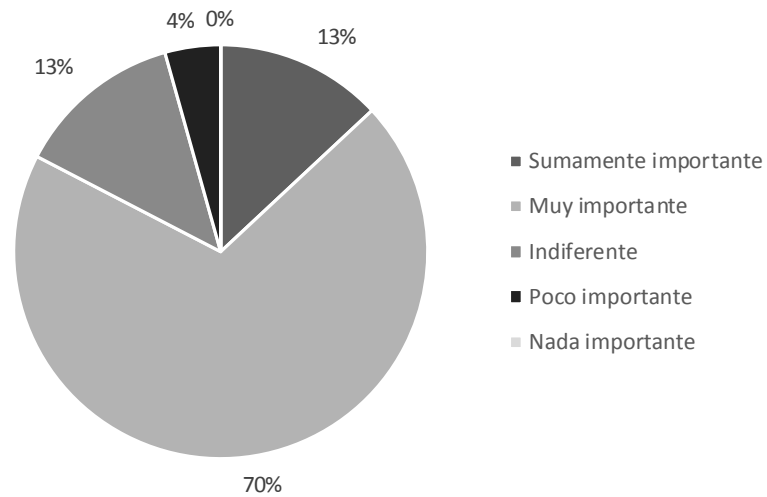
### Beneficios de las alianzas



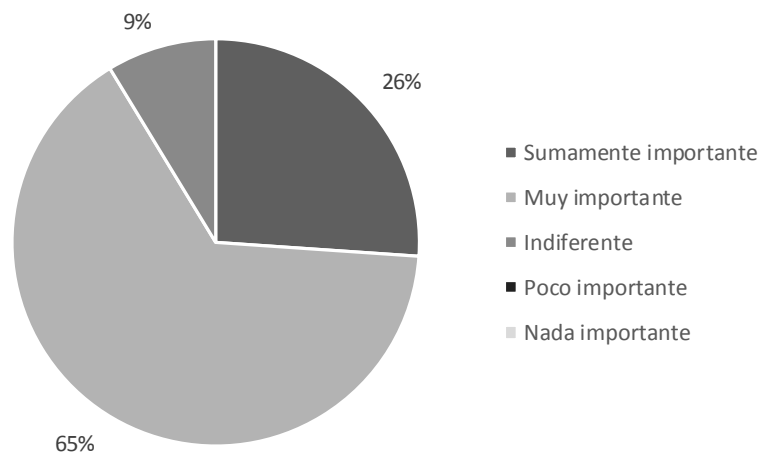
### Conocimiento de competidores



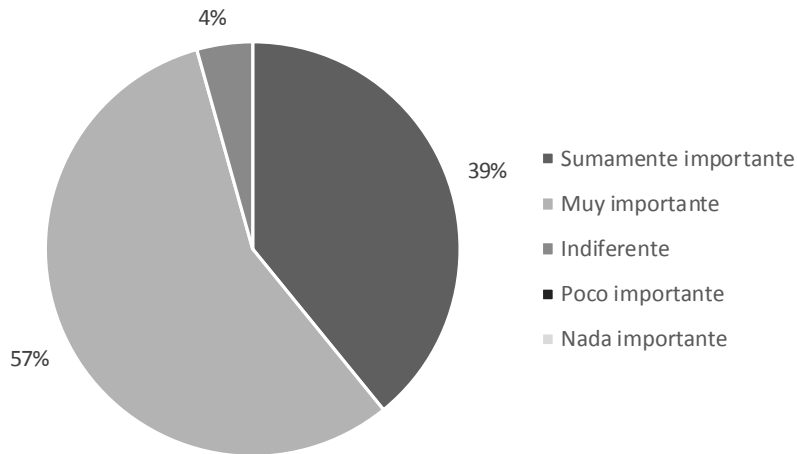
### Procesos de relación con competidores



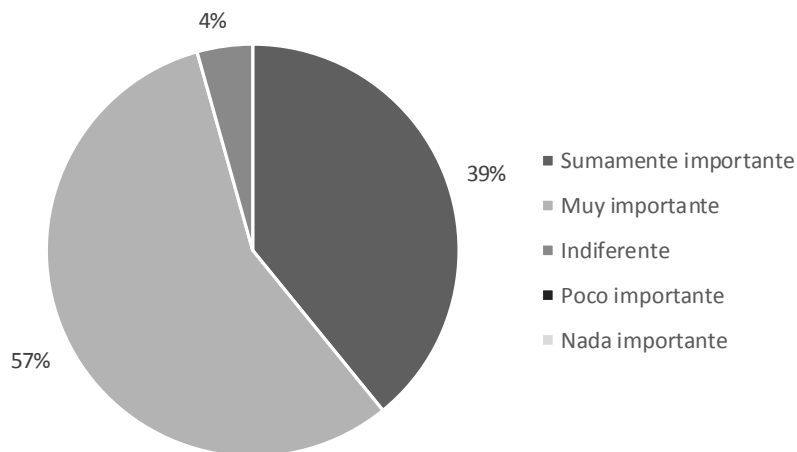
### Relaciones con instituciones de la calidad



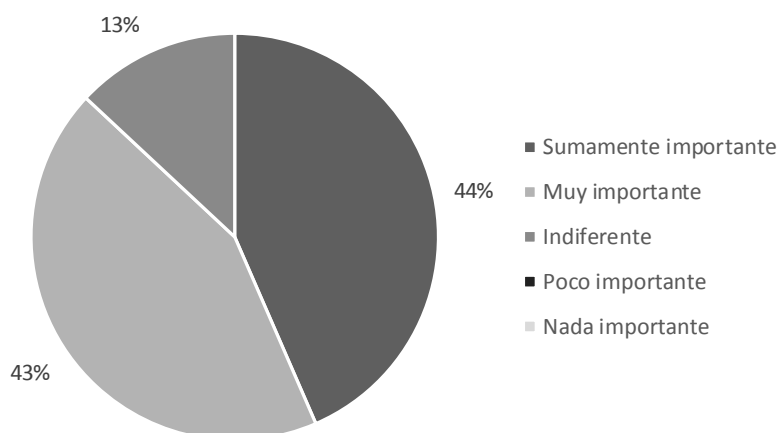
### Certificaciones y sistemas de calidad



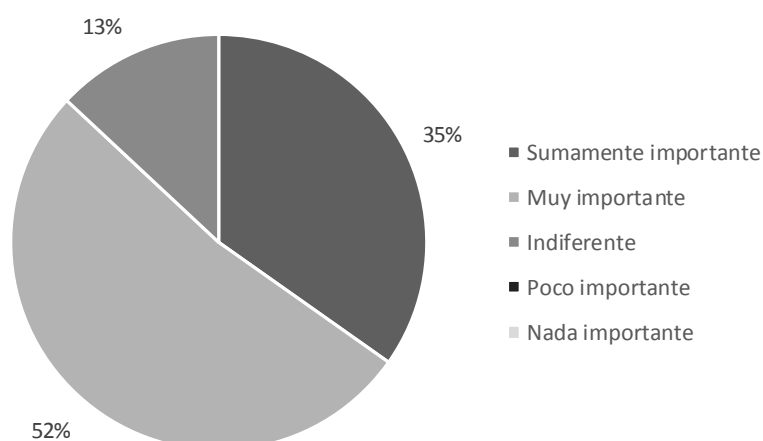
### Antigüedad y fidelización del empleado

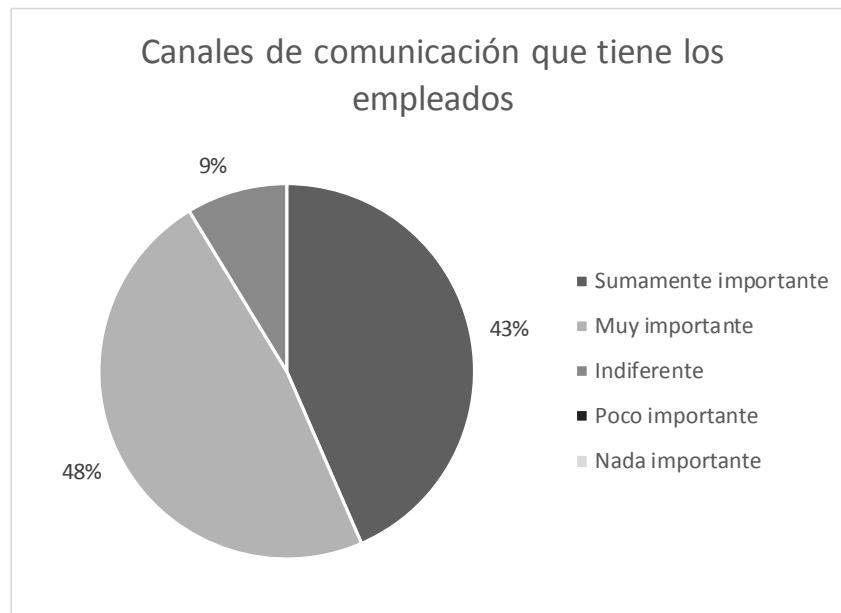


### Satisfacción del empleado

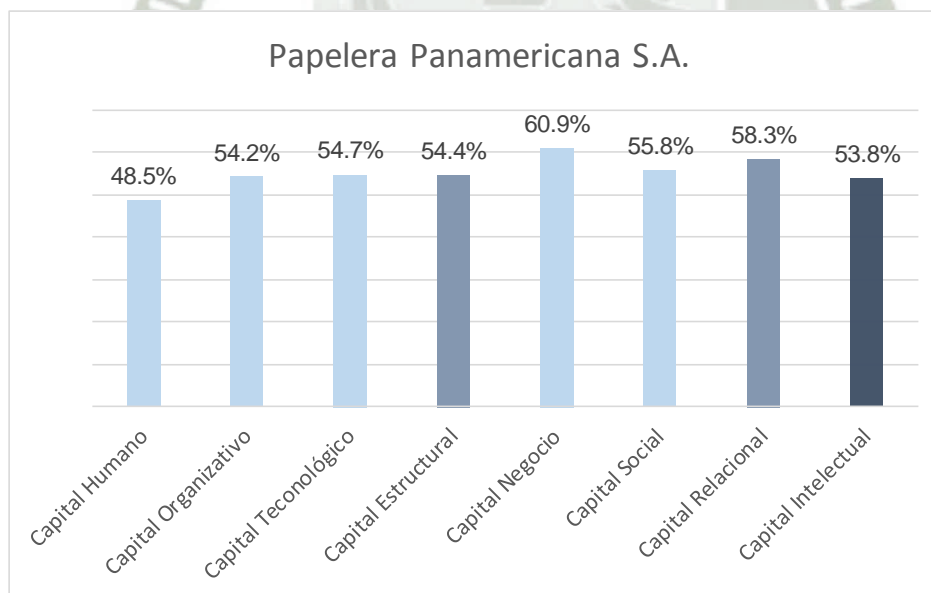


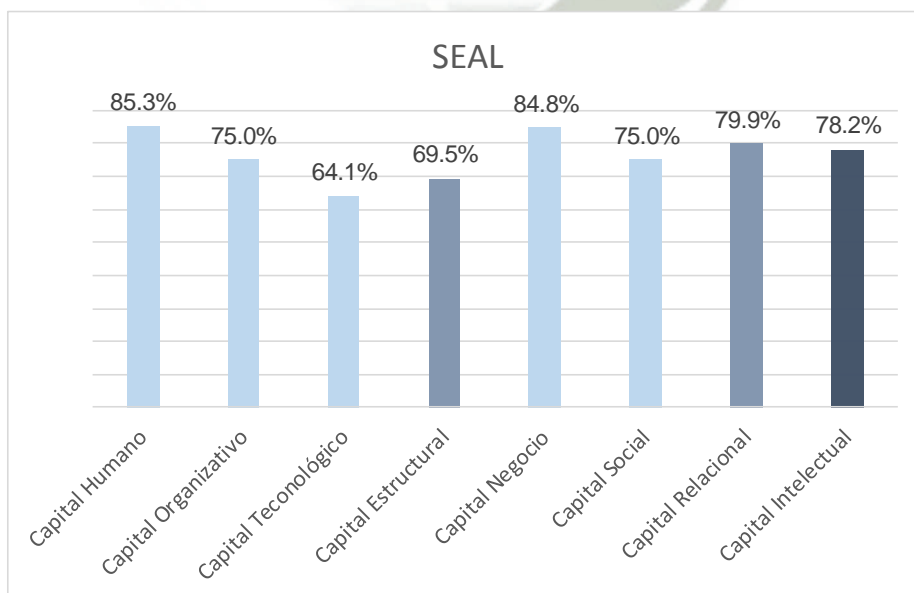
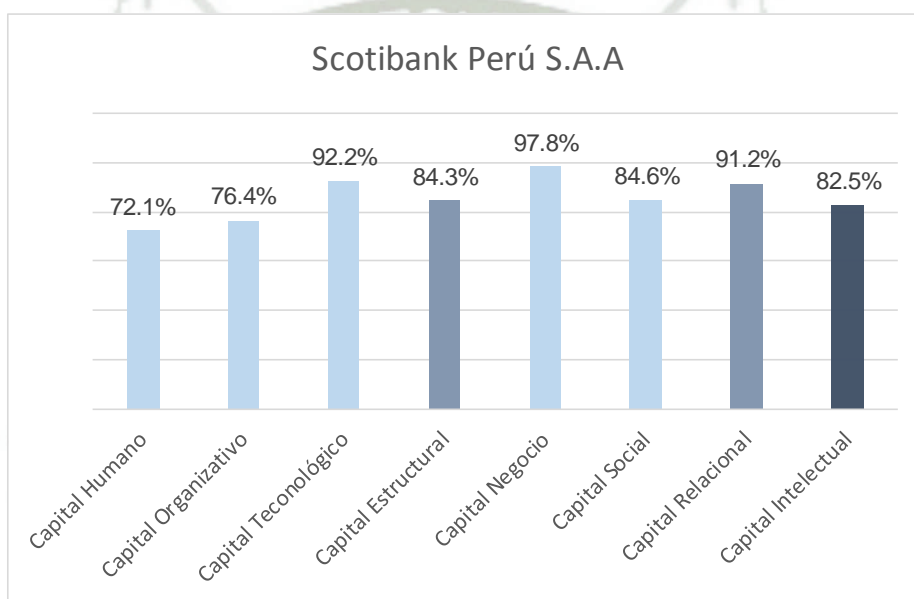
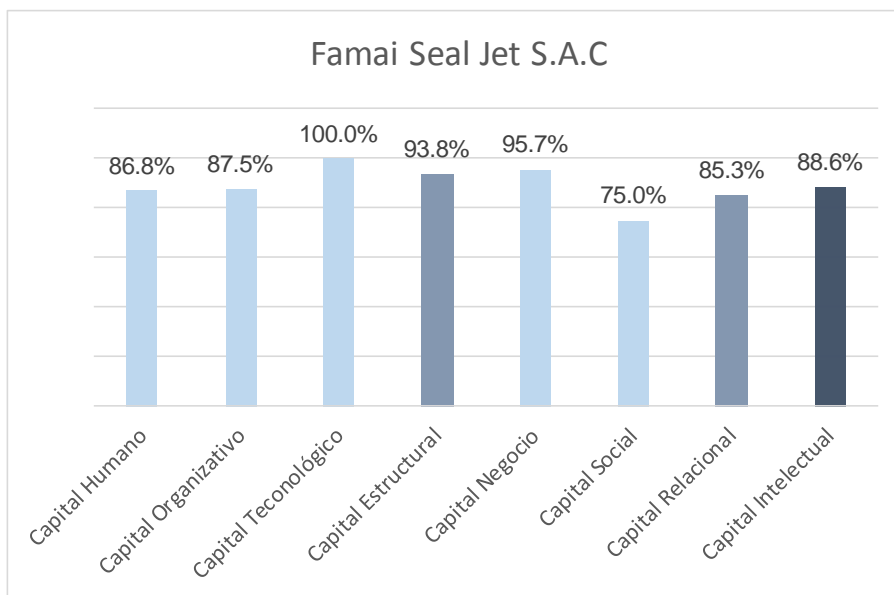
### Procesos de relación con empleados

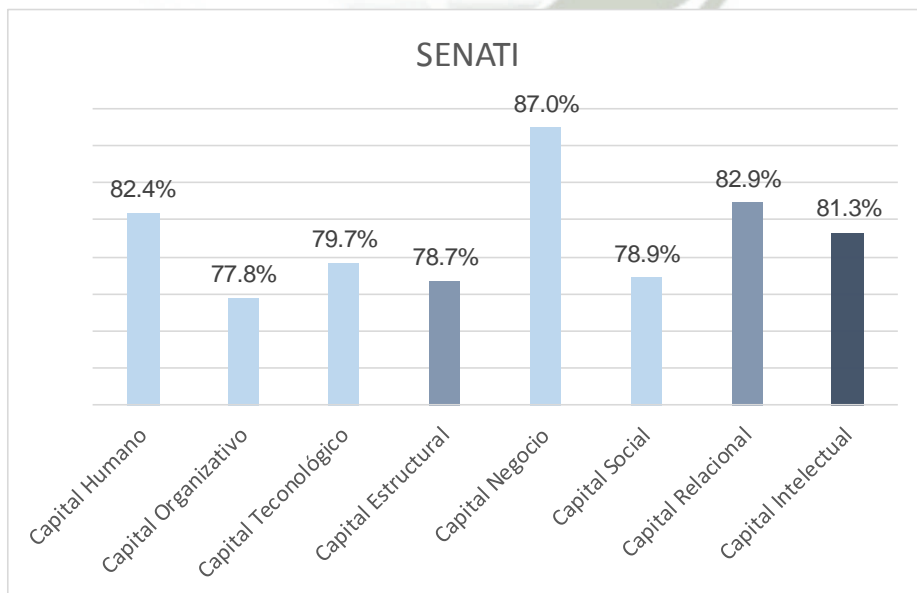
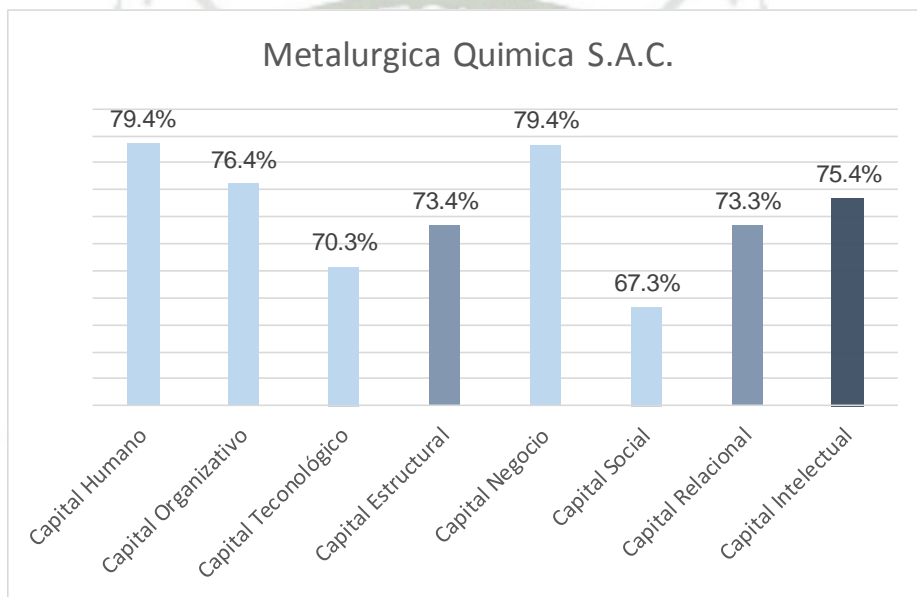
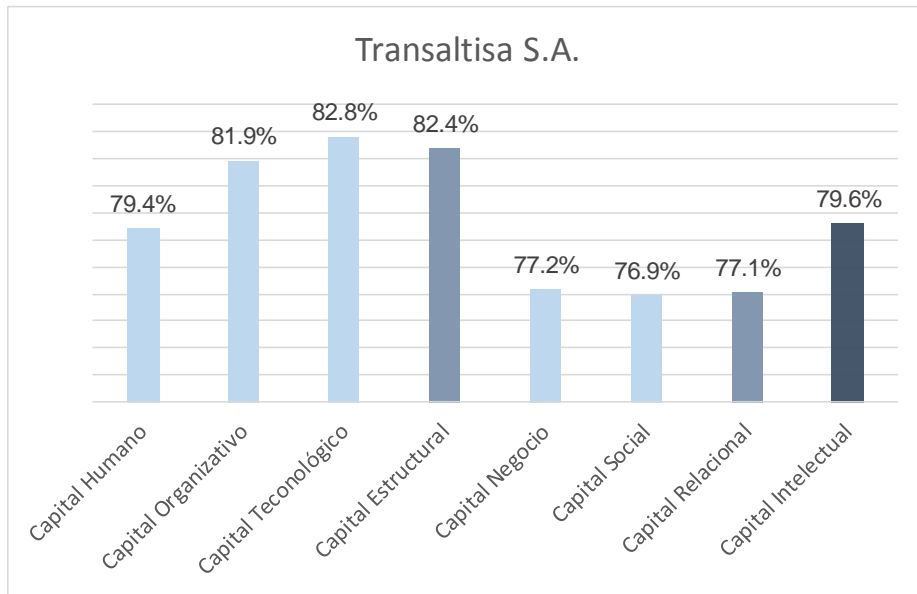


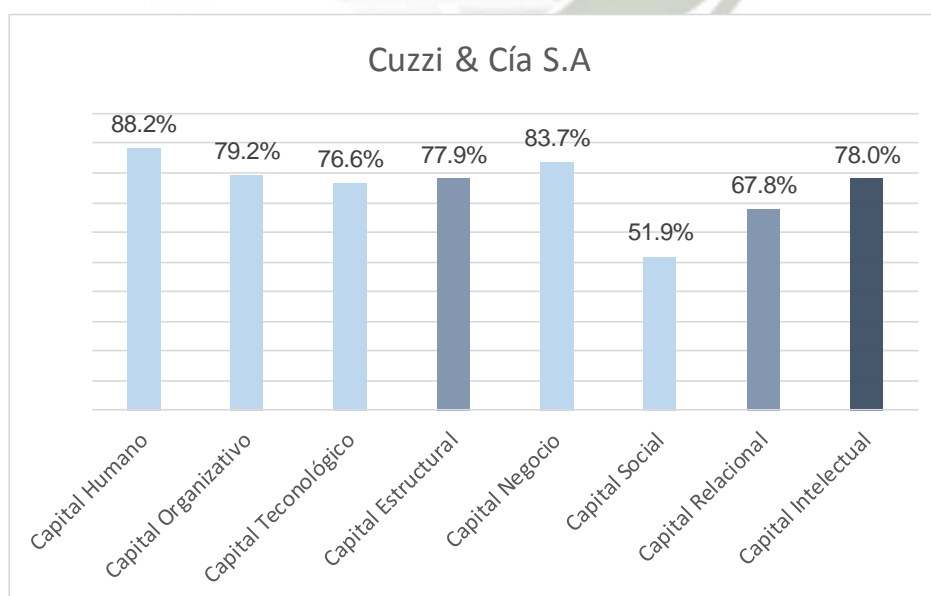
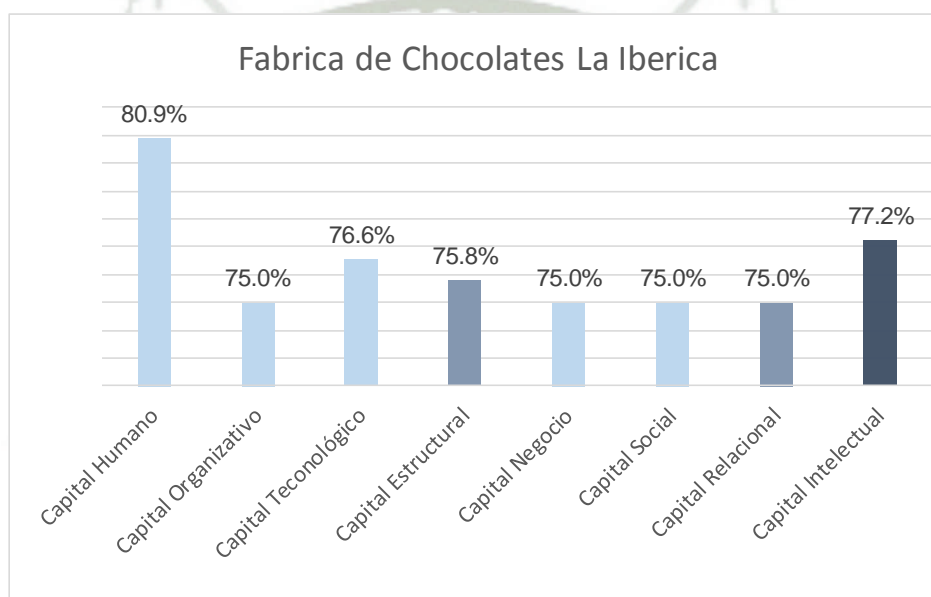
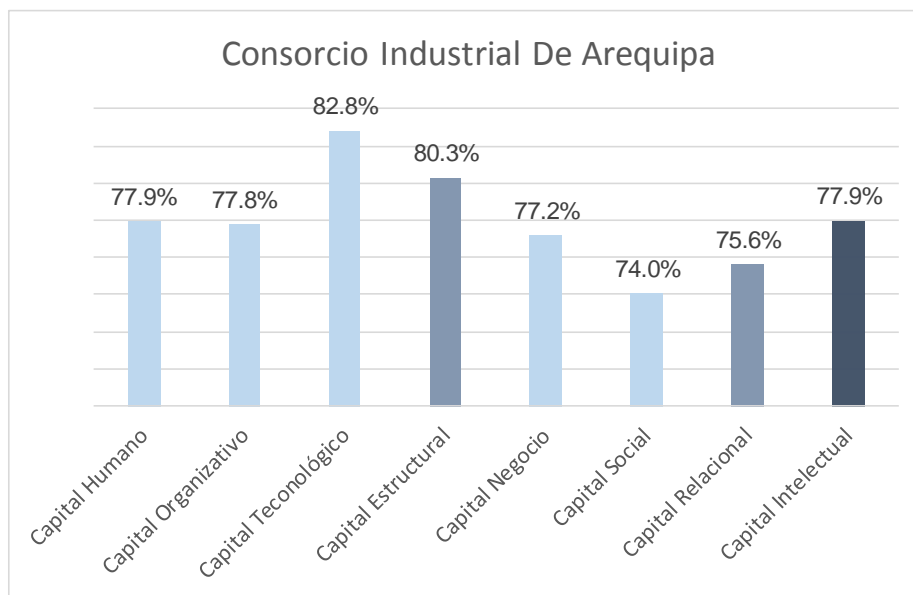


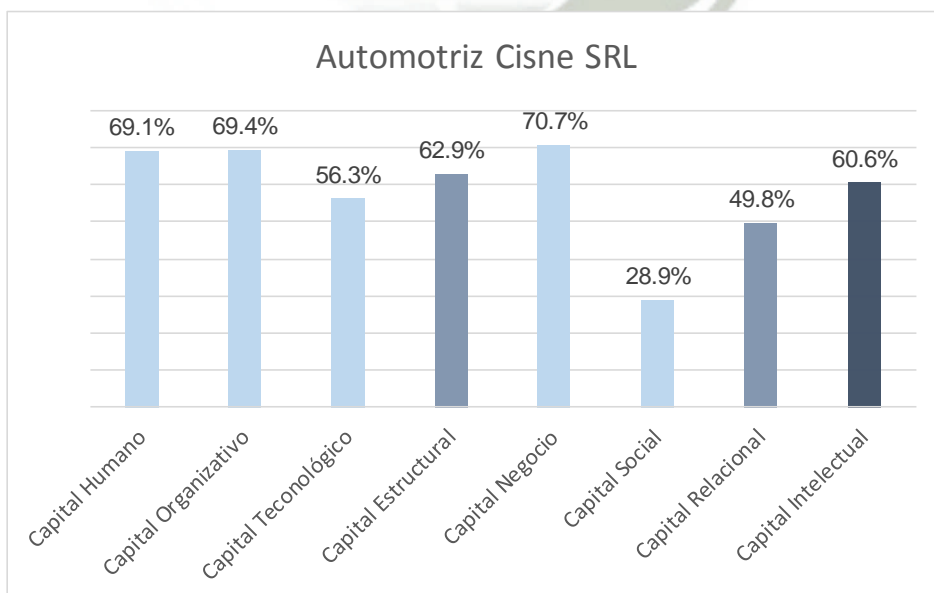
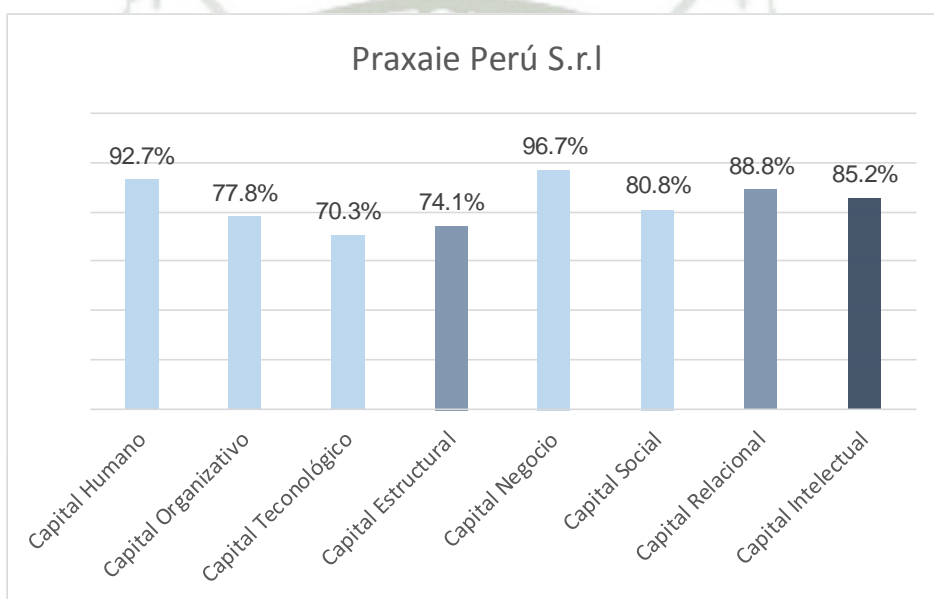
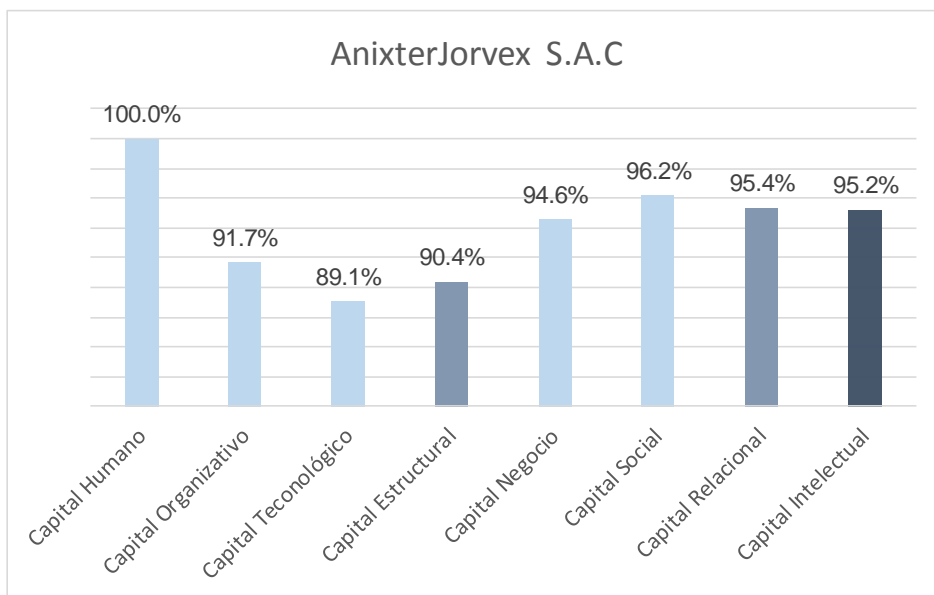
**Anexo 8: Variables del Grupo de Empresas**

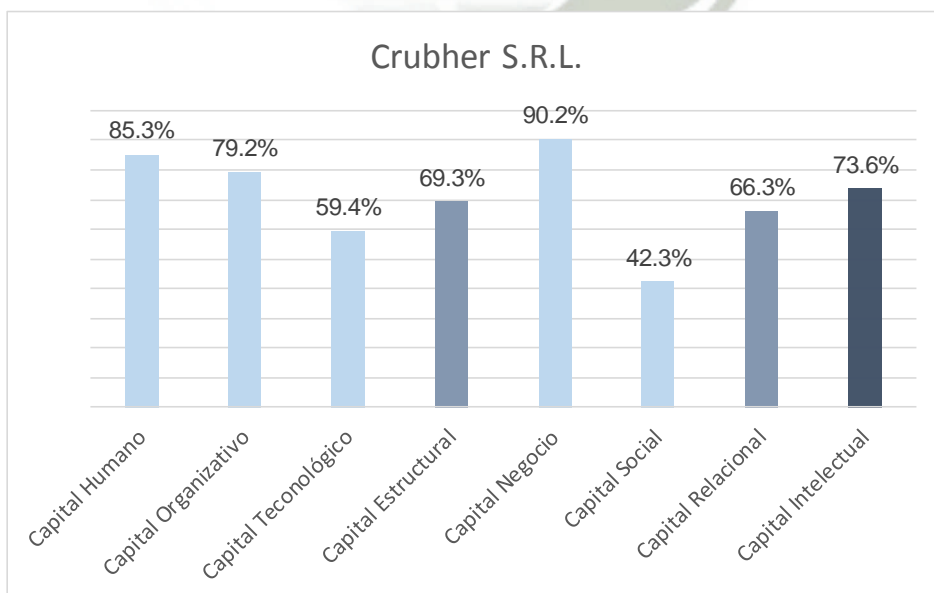
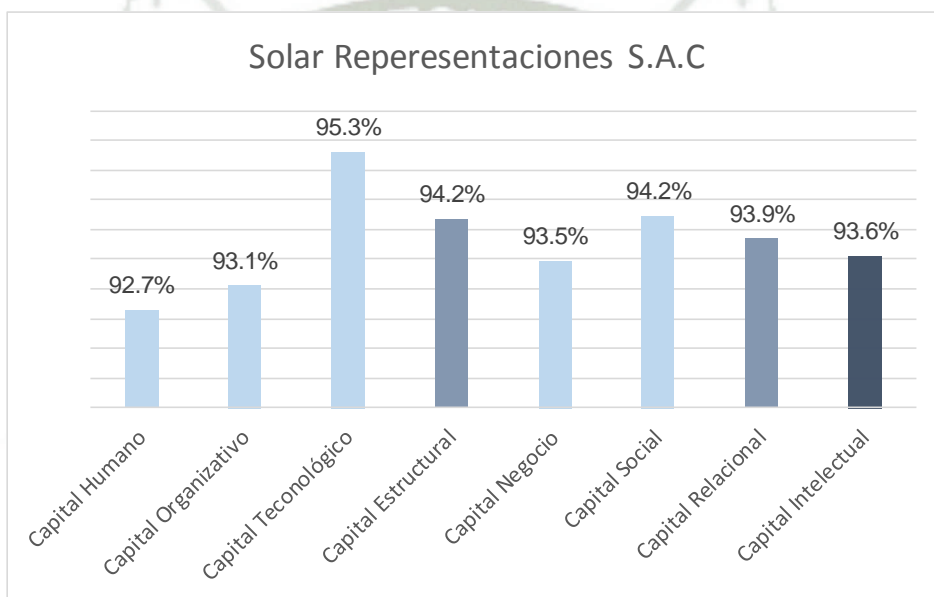
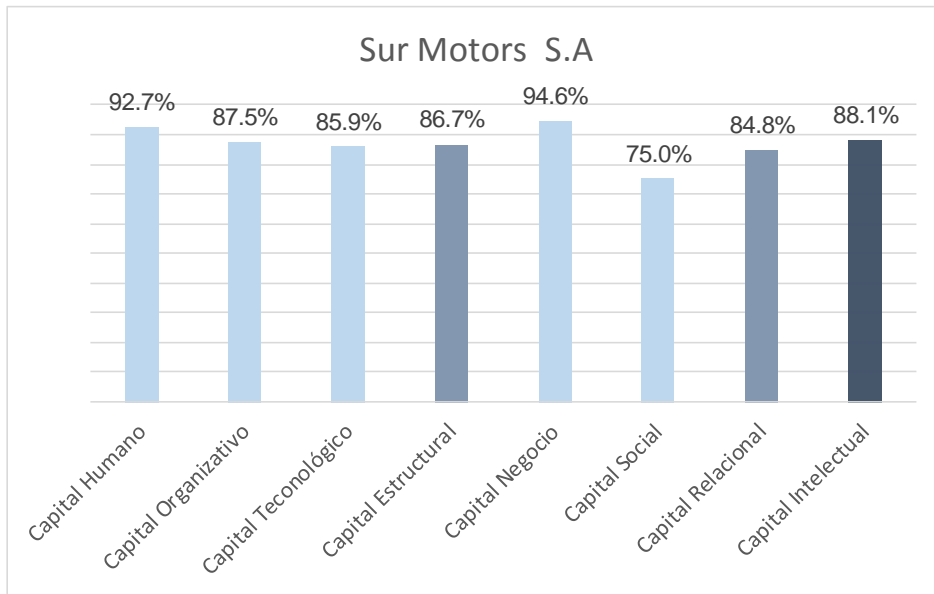


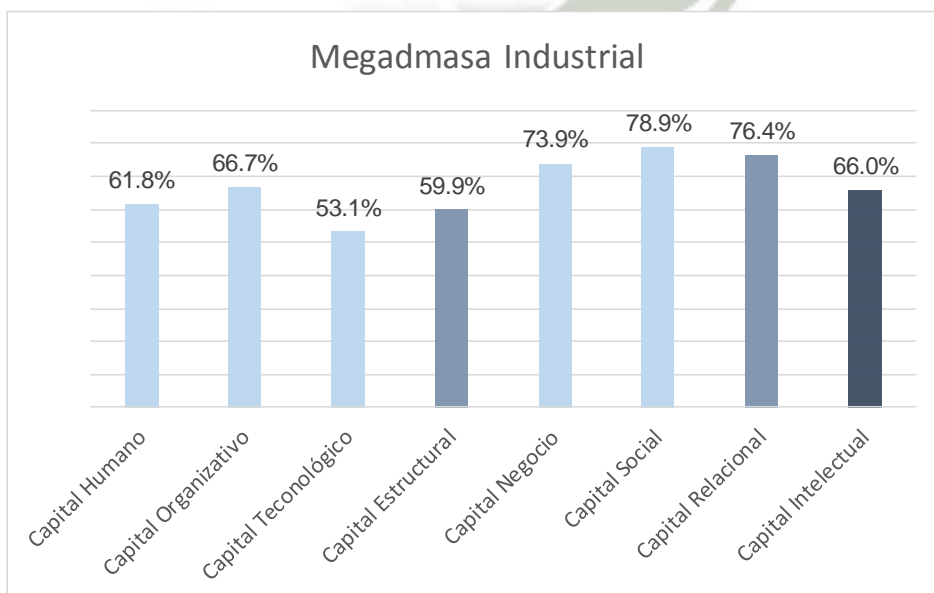
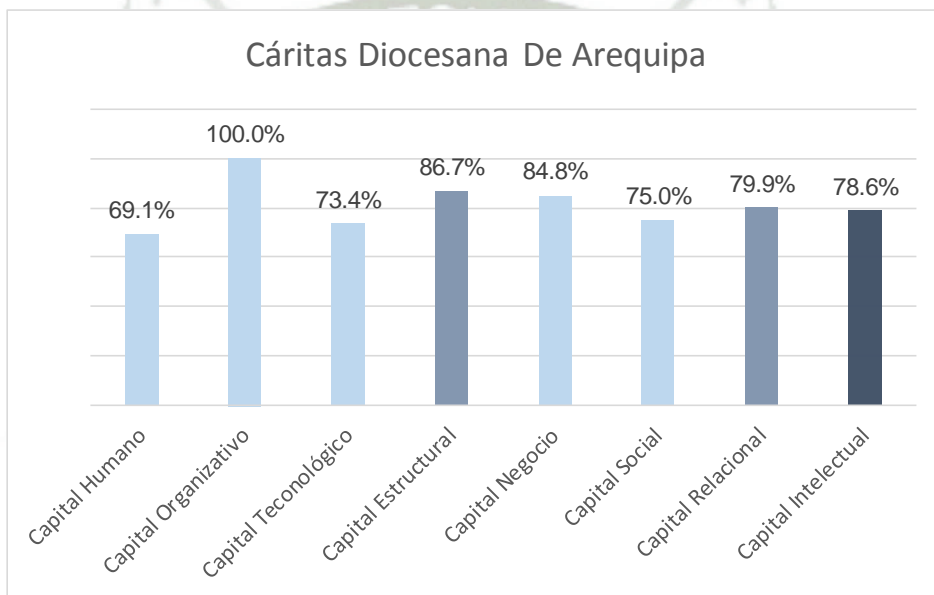
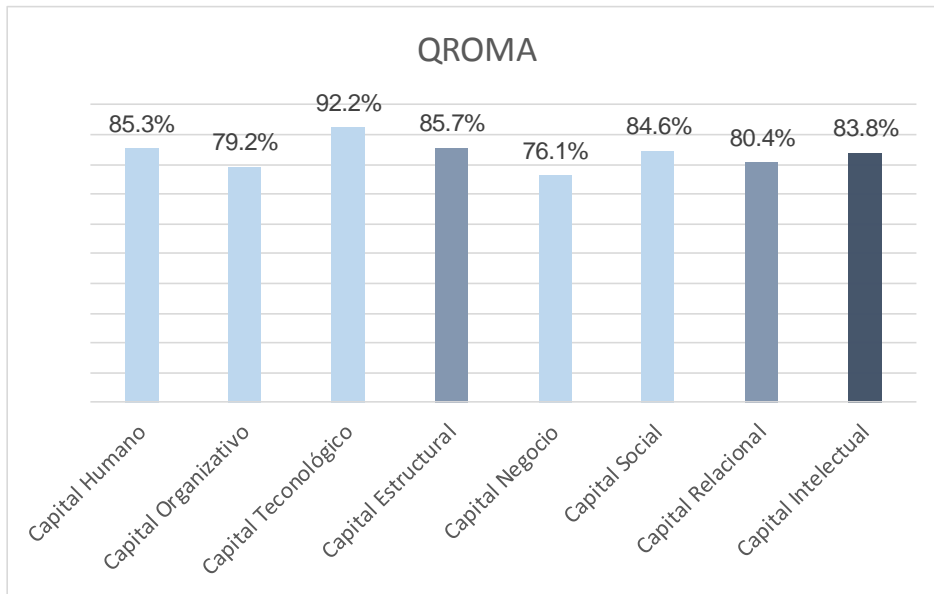


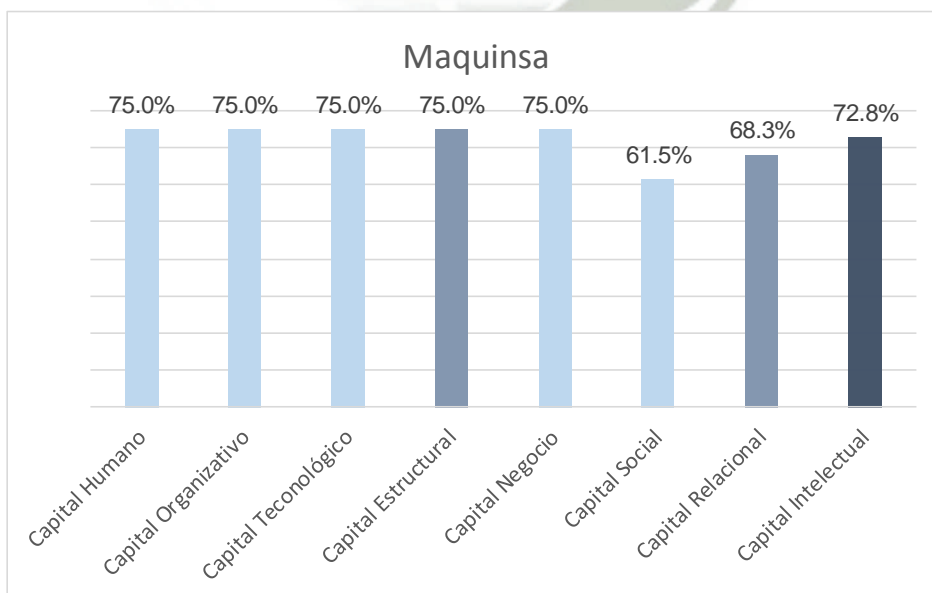
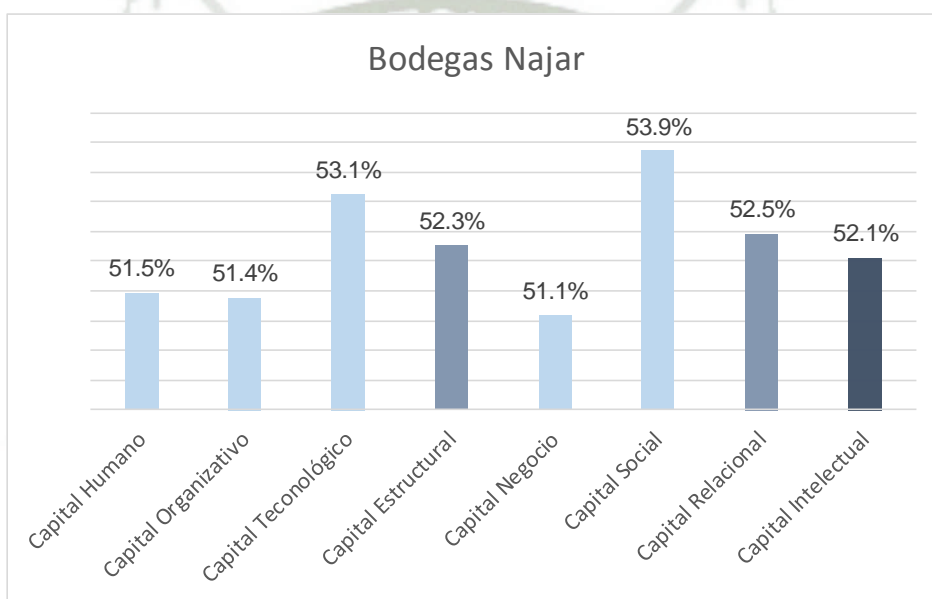
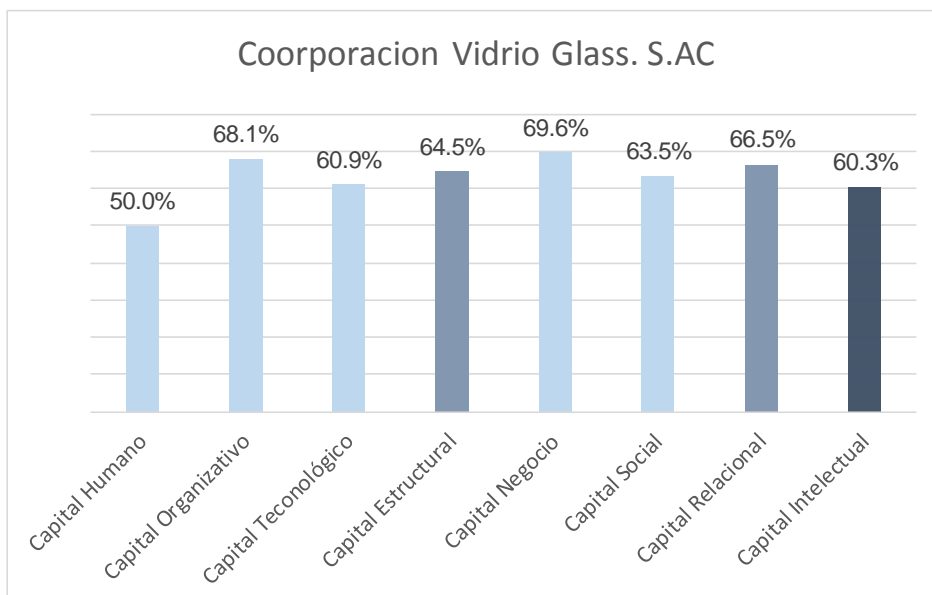




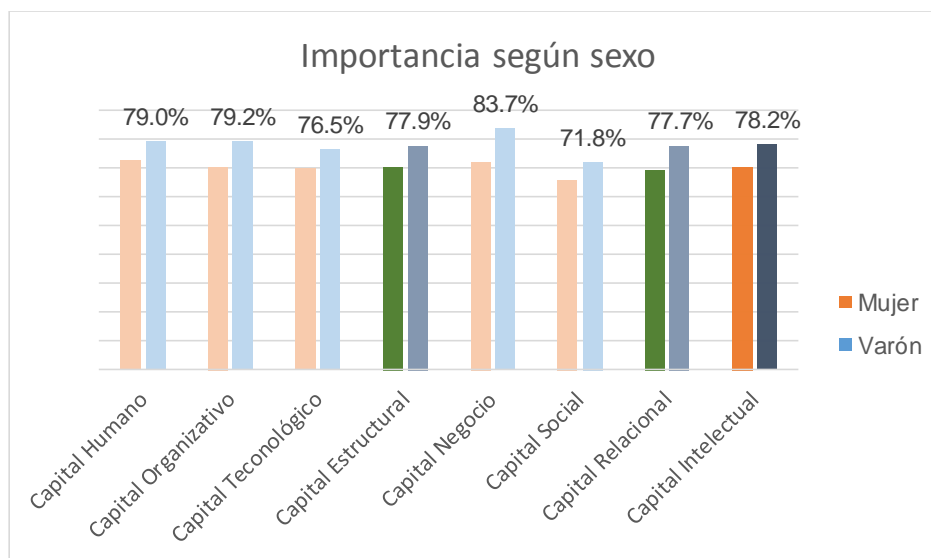








**Anexo 9: Variables de Importancia Según el Sexo**



**Anexo 10: Variables Importancia Según el Rubro**

