

UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE AUDITORÍA

“CAPITAL INTANGIBLE DE UNA ENTIDAD.
VISIÓN ACTUAL DESDE UN PUNTO DE VISTA COGNITIVO”.

TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO AUDITOR
Y AL GRADO DE LICENCIADO EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN FINANCIERA
Y CONTROL DE GESTIÓN

TESISTA: MIGUEL ANTONIO PAVEZ MERY

PROFESOR GUÍA: ERIC SALINAS MAYNE

VALPARAÍSO, JULIO DE 2005

*“En el pasado, las fuentes de ventajas competitivas
eran el trabajo y los recursos naturales,
de ahora en adelante, la clave para construir
la riqueza de las naciones es el conocimiento”.*

Drucker (1993)

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, José y Rebeca, por todo el apoyo y cariño incondicional entregado, a sus valores que de pequeño me inculcaron y que sin duda delinearon el camino de vida a seguir, acompañándome por esta senda mis primeros años, para darme el impulso necesario y convertirme hoy en quien soy.

A mis hermanos, José y Rebeca, por soportar mis enojos y mal genio, por todo su apoyo en este sueño llamado Universidad que un día comencé.

A mi hijo Sebastián, que en su inocencia y juegos me acompañó en esta empresa, sabiendo esperar para que juntos pudiésemos disfrutar de la vida y hacer mi tarea de padre. Especiales gracias a ti.

A mis tíos y tías, sobre todo Rubén y María, que me brindaron la calidez de su hogar para vivir en mi primer año de Universidad.

A mi guía, profesor y amigo, Eric, por creer en mí, apoyarme en este proyecto con amistad y consejos. Por leer y releer este trabajo, haciendo las correcciones y observaciones pertinentes.

Al Dr. Sergio Prince, por su orientación e iniciarme en esta senda del conocimiento.

A mis amigos, Cristián, Guillermo y Manuel, quienes me apoyaron en seguir este camino compartiendo largas horas de estudio, trabajo y diversión.

A mis compañeros de labores, por soportar mi malhumor, falta de horas de sueño y algunas veces ayudarme en mis quehaceres.

A mi jefe Cristián, por su comprensión, amistad y autorizarme los permisos necesarios para que pudiera realizar este trabajo.

A mis estimados profesores, bibliotecarios, secretarias, funcionarios y amigos de la Escuela de Auditoría, en particular a Andrea por su paciencia, preocupación, sabios consejos y ser parte importante de mi formación académica.

A todos quienes he omitido y que de uno u otro modo me han apoyado, aconsejado y hecho posible el término de esta etapa de mi camino profesional.

A todos ustedes, gracias.

ÍNDICE

	PÁGINAS
RESUMEN.....	1
MARCO TEÓRICO.....	2
1 INTRODUCCIÓN.....	2
2 EL ENFOQUE SISTÉMICO.....	2
2.1 Los sistemas.....	3
2.2 La organización que aprende.....	3
2.3 Sinergia.....	5
3 EL CONOCIMIENTO.....	6
3.1 Características del Conocimiento.....	6
3.2 Introducción Conceptual a la Gestión del Conocimiento.....	7
3.3 Aprendizaje Organizativo.....	9
3.4 Gestión del Conocimiento.....	9
3.5 Capital Intelectual.....	10
3.6 La contabilidad del conocimiento.....	11
4 EL VALOR.....	15
4.1 Valoración Estructurada.....	16
4.2 Valoración No Estructurada.....	17
5 IMPACTO DEL CAPITAL INTELECTUAL EN LOS ESTADOS FINANCIEROS.....	18
5.1 Los activos intangibles desde la perspectiva contable.....	19
5.2 Los activos intangibles desde la perspectiva estratégica.....	22
6 LOS MODELOS DE CAPITAL INTELECTUAL O INTANGIBLE.....	24
6.1 Elementos del Capital Intelectual.....	25
6.1.1 Capital humano.....	25
6.1.2 Capital estructural.....	25
6.1.3 Capital relacional.....	25
6.2 Modelos de Medición del Capital Intelectual.....	25
7 LOS PASIVOS INTANGIBLES.....	27
7.1 Los pasivos intangibles desde la perspectiva contable.....	27
7.2 Los pasivos intangibles desde la perspectiva estratégica.....	29
7.3 Responsabilidad Social.....	30

ÍNDICE

	PÁGINAS
PROBLEMA.....	34
OBJETIVOS.....	35
1 OBJETIVO GENERAL.....	35
2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	35
METODOLOGÍA.....	36
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	38
1 OPINIÓN DE ACADÉMICOS.....	38
2 LITERATURA ESPECIALIZADA.....	52
3 DISCUSIÓN DE TENDENCIAS DE OPINIÓN.....	56
CONCLUSIONES.....	58
BIBLIOGRAFÍA CITADA.....	61
BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA.....	65
ANEXO N° 1 – ENCUESTA DIRIGIDA A ACADÉMICOS DEL ÁREA CONTABILIDAD DE LA ESCUELA DE AUDITORÍA DE LA UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO.....	66

RESUMEN

Hasta ahora, el valor de una empresa se ha medido, principalmente, en función de su costo histórico, sin embargo, la pujante actividad empresarial ha pasado de la manufactura de productos a la gestión de su conocimiento, para obtener ventajas competitivas. La sinergia de su quehacer produce plusvalías implícitas que exceden a los valores registrados en la contabilidad. Surge la necesidad de asignar valor a esta gestión. Este valor no siempre puede ser expresado en términos cuantitativos. A medida que los recursos producidos por esta sinergia pueden ser identificados y cumplen ciertos requisitos, son valorados y registrados según normas, de lo contrario se mantienen ocultos en la contabilidad, haciéndose presente en la enajenación de toda o parte de la entidad, como la diferencia entre el monto pagado versus el registrado. Estos recursos intangibles tienen su contrapartida en las obligaciones ya sea como pasivo intangible o como capital intangible.

La abundante pero dispersa bibliografía de los llamados valores invisibles es tratada por varios autores reconociendo su realidad inmaterial, sin embargo, no existe consenso en cuanto a su tratamiento. En aras de proponer una definición de Capital Intangible, esta tesis discute sobre los recursos y obligaciones intangibles de una entidad, a partir del pensamiento de autores y la opinión de académicos del área contable de la escuela de auditoría de la Universidad de Valparaíso, obtenida mediante encuesta.

Con la realización de este trabajo, se ha concluido en un nuevo concepto de Capital Intangible visto desde un punto de cognitivo, por lo se entenderá como tal, al conjunto de competencias básicas distintivas de carácter intangible que permiten crear y sostener la ventaja competitiva. Conservando la definición tradicional de Capital pero aplicada a los intangibles de una entidad, para lo cual se distinguen los Activos Intangibles de los Pasivos Intangibles. Además, se esboza un modelo para orientar en la clasificación de unos y otros, lo que permitirá a las entidades potenciar sus activos intangibles y reducir sus posibles pasivos intangibles.

MARCO TEÓRICO

1 INTRODUCCIÓN

Actualmente se acepta que, en las sociedades económicamente desarrolladas y tecnológicamente avanzadas, el conocimiento constituye un pilar básico en la creación de ventaja competitiva [33, 42, 43, 46]. Tanto en el ámbito académico como en el de gestión empresarial, es cada vez más frecuente encontrar alusiones al término Sociedad del Conocimiento, para hacer referencia a un estadio de desarrollo de la sociedad, caracterizado por la rapidez de los cambios y la importancia fundamental de la tecnología, y en el que la generación de riqueza y bienestar se entienden estrechamente vinculados a las inversiones en innovación y, muy especialmente, a la generación de conocimiento.

En este nuevo escenario socioeconómico, la capacidad de generación de riqueza de las empresas no se entiende ya relacionada con la eficiencia en la gestión de los activos materiales; muy al contrario. La generación y el mantenimiento de ventajas competitivas, que determinan la capacidad de creación de valor para los propietarios, están estrechamente vinculados a la realización de inversiones intangibles y a la eficiencia con la que se gestionan los denominados activos intangibles.

En este enfoque dinámico, aspectos tales como la adquisición de habilidades, el conocimiento, el aprendizaje y la acumulación de activos "invisibles" [57] adquieren ribetes estratégicos relevantes. De ahí la importancia de crear un modelo lo más preciso posible, para efecto de simulación estratégica del conocimiento generado en las empresas, identificado por algunos autores como capital intelectual [12, 36, 48, 51]. Surgido a principios de la pasada década de los noventa en Estados Unidos y Suecia, este término mide el valor del conocimiento de la empresa en sus diversos ámbitos: las personas (inteligencia humana), la organización (el know-how de la empresa, las patentes y las marcas) y el reconocimiento del mercado, a través de sus ganancias (satisfacción de una cartera de clientes) y de su capital social.

2 EL ENFOQUE SISTÉMICO

El enfoque sistémico en la administración se basa en la teoría general de los sistemas de VON BERTALANFFY [32], científico que trabajó principalmente en física y biología. La principal premisa de su teoría es que para comprender totalmente la operación de una

entidad, esta debe ser vista como un sistema. Un sistema es un número interdependiente de partes que funcionan como un todo para algún propósito. Por ejemplo, para comprender las operaciones del cuerpo humano, uno debe comprender el funcionamiento de sus partes interdependientes (oídos, ojos, cerebro...). La teoría general de los sistemas integra el conocimiento de varios campos especializados, de modo que el sistema como un todo pueda ser entendido mejor [6].

2.1 Los sistemas

En general, podemos señalar que, ante la palabra “sistemas”, todos los que la han definido están de acuerdo en que es un conjunto de partes coordinadas y en interacción para alcanzar un conjunto de objetivos. Otra definición, que agrega algunas características adicionales, señala que un sistema es un grupo de partes y objetos que interactúan y que forman un todo o que se encuentran bajo la influencia de fuerzas en alguna relación definida [16].

De acuerdo con VON BERTALANFFY [32], hay dos tipos básicos de sistemas: cerrados y abiertos. Los sistemas cerrados no reciben influencia y no interactúan con los ambientes. Éstos son principalmente mecánicos y tienen movimientos o actividades predeterminadas que deben ser ejecutadas independientes de su medio, por ejemplo un reloj, cuyas ruedas y demás componentes, independiente de su medio, deben funcionar de un modo predeterminado, si el reloj va a existir y a cumplir su propósito. El segundo tipo de sistema, el abierto, interactúa continuamente con su ambiente. Una planta es un ejemplo de ello, la constante interacción con el medio influye en el estado de la planta, en su existencia y su futuro. De hecho, el ambiente determina si la planta vivirá o no [6].

Por otra parte, el concepto totalidad es muy importante en el análisis general de sistemas. El sistema debe ser visto como un todo y modificado sólo por medio de los cambios de sus componentes. Antes de que las modificaciones de los componentes se realicen para el beneficio general del sistema, debe haber un conocimiento de cómo funciona cada parte y de la interrelación entre sus partes [6].

2.2 La organización que aprende

Actualmente, los gerentes buscan nuevos enfoques administrativos [50]. Esta búsqueda ha sido alimentada por nuevos temas y problemas que deben enfrentar los gerentes

modernos y que su contraparte histórica no tuvo que enfrentarlos. Estos temas incluyen una preocupación por la declinante competitividad de las firmas occidentales, el paso acelerado del cambio tecnológico, la sofisticación de los clientes, y un creciente énfasis en la globalización [6].

Un nuevo enfoque administrativo que evoluciona para manejar este nuevo rango de temas y problemas ha sido llamado la organización que aprende. Esta es, aquella que se ocupa en crear, adquirir y transferir conocimiento, y en modificar conductas para reflejar el nuevo conocimiento [41]. La organización que aprende enfatiza la resolución sistemática de problemas, la experimentación con nuevas ideas, el aprendizaje de la experiencia y de la historia anterior, el aprendizaje de experiencias ajenas, y la rápida transferencia de conocimiento a través de la organización. Los gerentes que intentan construir una organización que aprende deben promover un ambiente que conduzca al aprendizaje, y promover el intercambio de información entre las organizaciones miembro [6].

La organización que aprende representa un nuevo paradigma, o una manera fundamental de ver y de concebir la administración. PETER SENGE [29] y sus colegas de la MIT (Massachusetts Institute of Technology), han hecho significativos progresos para desarrollar el concepto de organización que aprende. La construcción de una organización que aprende implica implementar dentro de la organización cinco características:

1. *Pensamiento sistémico*: cada miembro de una organización comprende su trabajo y cómo éste encaja para proveer los productos finales al cliente.
2. *Visión compartida*: todos los miembros de una organización tienen una visión común del propósito de la organización y un sincero compromiso para alcanzar tal propósito.
3. *Reto a los modelos mentales*: los miembros de una organización rutinariamente retan el modo en que se hacen los negocios y los procesos de pensamiento que la gente usa para resolver problemas de la organización.
4. *Aprendizaje en equipo*: los miembros de una organización trabajan juntos, desarrollan soluciones a nuevos problemas juntos, y aplican juntos tal solución. El trabajo en

equipos, más que el individual ayudará a las organizaciones a tomar suficiente fuerza colectiva para alcanzar las metas de la organización.

5. *Compromiso personal*: todos los miembros de una organización están comprometidos en ganar una comprensión profunda y rica de su puesto de trabajo. Tal comprensión le ayudará a las organizaciones a alcanzar los retos importantes que enfrenta.

La organización de aprendizaje se asocia por lo general con conceptos como compartir la visión de la empresa, autoanálisis de los supuestos y prácticas prevalecientes, consideración de estructuras organizacionales radicalmente nuevas, creación de equipos de aprendizaje y establecimiento de vínculos con entidades fuera de la empresa para la generación de nuevas ideas y perspectivas [18].

2.3 Sinergia

Cuando la suma de las partes es diferente del todo, se dice que un objeto cumple con el principio o requisito y que posee o existe sinergia, es decir, cuando $2 + 2$ no son cuatro sino cinco u otra cifra [16]. En otras palabras, un objeto posee sinergia cuando el examen de una o alguna de sus partes (incluso a cada una de sus partes) en forma aislada, no puede explicar o predecir la conducta del todo. El concepto objeto se hace extensivo al de empresa.

La empresa es una totalidad con sinergia, según DRUCKER [11] "la empresa debe ser capaz, por definición, de producir más o mejor que todos los recursos que comprende. Debe ser un verdadero todo: mayor que la suma de sus partes, o por lo menos, diferente a ella, con un rendimiento mayor que la suma de todos los consumos", luego indica, "la empresa no puede ser un agrupamiento de recursos. Para convertir los recursos en empresa no es suficiente reunirlos en orden lógico y luego girar la llave del capital, como creían firmemente los economistas del siglo XIX. Lo que se necesita es una transmutación de los recursos. Y esto no puede venir de un recurso inanimado como el capital. Requiere dirección". Más adelante plantea que: "de todos los recursos de que dispone el hombre, el único que puede crecer y desarrollarse es el hombre mismo. Solamente lo que un gran escritor político medieval (Sir John Fortescue) llamó *intentio populi*, es decir, el esfuerzo dirigido, enfocado y conjunto de los seres humanos libres, puede producir un verdadero todo. Hacer un todo que sea mayor que la suma de sus partes".

3 EL CONOCIMIENTO

Ya se ha mencionado, someramente, el conocimiento tanto como pilar de la creación de valor como parte de la sociedad. Sin embargo, se debe responder a la pregunta ¿Qué es el conocimiento? Esta pregunta ha sido considerada por las mentes más privilegiadas del pensamiento occidental, desde Aristóteles y Platón hasta la actualidad.

El diccionario [26] define conocimiento como: “El producto o resultado de ser instruido, el conjunto de cosas sobre las que se sabe o que están contenidas en la ciencia”. El diccionario acepta que la existencia de conocimiento es muy difícil de observar y reduce su presencia a la detección de sus efectos posteriores. Los conocimientos se almacenan en la persona (o en otro tipo de agentes). Esto hace que sea casi imposible observarlos.

Para MUÑOZ y RIVEROLA [20] el “conocimiento es la capacidad de resolver un determinado conjunto de problemas con una efectividad determinada”.

El Conocimiento es un conjunto integrado por información, reglas, interpretaciones y conexiones puestas dentro de un contexto y de una experiencia, que ha sucedido dentro de una organización, bien de una forma general o personal. El conocimiento sólo puede residir dentro de un conocedor, una persona determinada que lo interioriza racional o irracionalmente.

Como se verá, existen múltiples definiciones de conocimiento, desde las clásicas y fundamentales como una creencia cierta y justificada, a otras más recientes y pragmáticas como una mezcla de experiencia, valores, información y “saber hacer” (know-how) que sirven como marco para la incorporación de nuevas experiencias e información, y es útil para la acción, según DAVENPORT y PRUSAK [9].

3.1 Características del Conocimiento

Para ANDRÉU y SIEBER [55], lo fundamental son básicamente tres características:

1. El conocimiento es personal, en el sentido de que se origina y reside en las personas, que lo asimilan como resultado de su propia experiencia (es decir, de su propio “hacer”, ya sea físico o intelectual) y lo incorporan a su acervo personal estando

“convencidas” de su significado e implicaciones, articulándolo como un todo organizado que da estructura y significado a sus distintas “piezas”;

2. Su utilización, que puede repetirse sin que el conocimiento “se consuma” como ocurre con otros bienes físicos, permite “entender” los fenómenos que las personas perciben (cada una “a su manera”, de acuerdo precisamente con lo que su conocimiento implica en un momento determinado), y también “evaluarlos”, en el sentido de juzgar la bondad o conveniencia de los mismos para cada una en cada momento; y
3. Sirve de guía para la acción de las personas, en el sentido de decidir qué hacer en cada momento porque esa acción tiene, en general, por objetivo mejorar las consecuencias, para cada individuo, de los fenómenos percibidos (incluso cambiándolos si es posible).

3.2 Introducción Conceptual a la Gestión del Conocimiento

Estas líneas pretenden ser una primera aproximación a los conceptos relacionados con la Gestión del Conocimiento. Es normal que cualquier persona que se acerca a la disciplina se pierda en una gran maraña de conceptos aparentemente similares. Unos hablan de Gestión del Conocimiento, otros de aprendizaje organizacional, algunos de Capital Intelectual, e incluso de activos intangibles. Sin duda, la terminología no ayuda a aclarar de qué se habla. A veces se introducen los mismos conceptos con denominaciones diferentes. Se intentará aclarar a qué se refiere cuando se mencionan.

Hace cierto tiempo que las organizaciones se dieron cuenta de que sus activos físicos y financieros no tienen la capacidad de generar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo, y descubren que los activos intangibles son los que aportan verdadero valor a las organizaciones. Pero, ¿a qué se refiere cuando se habla de activos intangibles? Los activos intangibles son una serie de recursos que pertenecen a la organización, pero que no están valorados desde un punto de vista contable. También son activos intangibles las capacidades que se generan en la organización cuando los recursos empiezan a trabajar en grupo, mucha gente en lugar de capacidades habla de procesos, o rutinas organizativas. En definitiva un activo intangible es todo aquello que una organización utiliza para crear valor, pero que no contabiliza.

Quienes poseen alguna formación financiera, conocen el llamado fondo de comercio. El Fondo de comercio es la diferencia entre el valor contable de la empresa y el precio pagado por ella en una adquisición de empresas. La normativa chilena [7], define esta diferencia como el mayor (menor) valor de inversión, sin embargo, para efecto de este trabajo, esta diferencia de valor será tratada como Fondo de Comercio. Este concepto es una aproximación a la valoración de los intangibles, pero en sí mismo no aporta nada (es un concepto estático), porque solo se materializa en momentos de fusiones y adquisiciones de empresas. Lo ideal sería analizar como evolucionan los intangibles en el tiempo, es decir, tener información de si los activos intangibles aumentan o disminuyen entre periodos de tiempo comparables.

De esta forma, se puede enlazar con los conceptos desarrollados por la Teoría de Recursos y Capacidades. Esta teoría aparece en la década de los ochenta en el ámbito académico, y se puede considerar la precursora de la Gestión del Conocimiento, ya que se centra en analizar los recursos y las capacidades de las organizaciones como base para la formulación de su estrategia. La Teoría basada en los recursos se encuadra dentro del denominado Análisis Estratégico, y produce un giro del exterior al interior de la organización en el momento de analizar su situación estratégica.

Un breve resumen de los fundamentos de la Teoría de Recursos y Capacidades es:

- 1.- Las organizaciones son diferentes entre sí en función de los recursos y capacidades que poseen en un momento determinado. Estos recursos y capacidades no están disponibles para todas las empresas en las mismas condiciones. Esto explica sus diferencias de rentabilidad.
- 2.- Los recursos y capacidades tienen cada vez un papel más relevante en la estrategia. La pregunta que hay que contestar es: qué necesidades se puede satisfacer, y no qué necesidades se quiere satisfacer.
- 3.- El beneficio de una empresa es función de las características del entorno y de los recursos y capacidades de qué dispone.

3.3 Aprendizaje Organizativo

Una vez analizada la importancia de los intangibles, es necesario recordar que la mayoría de ellos suelen estar basados en la información, el aprendizaje y el conocimiento. Es en este punto donde cruza la Teoría de Recursos y Capacidades con el aprendizaje organizativo. A través del aprendizaje individual y de procesos de captación, estructuración y transmisión de conocimiento corporativo, se puede llegar a hablar de aprendizaje organizativo.

El aprendizaje organizativo permite aumentar las capacidades de una organización, es decir, es un medio para que la empresa pueda resolver problemas cada vez más complejos. Cuando una serie de personas empiezan a trabajar en grupo, al principio se suelen producir problemas de coordinación, cuando pasa un tiempo, se van afinando los procesos y cada vez se realiza mejor la tarea. Esto es aprendizaje organizativo, aprender juntos a resolver problemas con una efectividad determinada.

3.4 Gestión del Conocimiento

La Gestión del Conocimiento es, en definitiva, la gestión de los activos intangibles que generan valor para la organización. La mayoría de estos intangibles tienen que ver con procesos relacionados de una u otra forma con la captación, estructuración y transmisión de conocimiento. Por lo tanto, la Gestión del Conocimiento tiene en el aprendizaje organizacional su principal herramienta. La Gestión del Conocimiento es un concepto dinámico o de flujo.

En este momento se debiera plantear cuál es la diferencia entre dato, información y conocimiento. Una primera aproximación podría ser la siguiente: los datos están localizados en el mundo y el conocimiento está localizado en agentes (personas, organizaciones y otros), mientras que la información adopta un papel mediador entre ambos conceptos.

Hay que reconocer que, en realidad, lo que fluye entre agentes distintos nunca es conocimiento como tal, sino datos (información). Es posible aproximar el conocimiento de dos agentes que comparten los mismos datos, pero debido a sus experiencias anteriores y a las diferencias en el modo de procesar los datos (modelos mentales, modelos organizacionales), nunca tendrán las mismas tendencias para la acción, ni estados

idénticos de conocimiento. Sólo podemos conseguir aproximaciones, ya que el contexto interno y externo de un agente siempre es diferente a otro. Esto es así, porque el conocimiento es información puesta dentro de un contexto (experiencia)

En definitiva, los datos, una vez asociados a un objeto y estructurados se convierten en información. La información asociada a un contexto y a una experiencia se convierte en conocimiento. El conocimiento asociado a una persona y a una serie de habilidades personales se convierte en sabiduría, y finalmente el conocimiento asociado a una organización y a una serie de capacidades organizativas se convierte en Capital Intelectual.

3.5 Capital Intelectual

Bien, ¿y qué es el Capital Intelectual? El Capital Intelectual, es un concepto "casi contable". La idea es implementar modelos de medición de activos intangibles, denominados habitualmente modelos de medición del Capital Intelectual. El problema de estos modelos es que dichos intangibles no pueden ser valorados mediante unidades de medida uniformes, y por lo tanto, no se puede presentar una contabilidad de intangibles como tal. De cualquier forma, la Medición del Capital Intelectual, permite tener una foto aproximada del valor de los intangibles de una organización. Lo interesante es determinar si los intangibles mejoran o no (tendencia positiva).

El concepto de Capital Intelectual se ha incorporado en los últimos años tanto al mundo académico como empresarial para definir el conjunto de aportaciones no materiales que en la era de la información se entienden como el principal activo de las empresas del tercer milenio. Según Brooking [4] el capital intelectual no es nada nuevo, sino que ha estado presente desde el momento en que el primer vendedor estableció una buena relación con un cliente. Más tarde, se le llamó fondo de comercio.

Ahora que se ha introducido el concepto de Capital Intelectual, se puede definir de nuevo el concepto de Gestión del Conocimiento de una forma más precisa: conjunto de procesos y sistemas que permiten que el Capital Intelectual de una organización aumente de forma significativa, mediante la gestión de sus capacidades de resolución de problemas de forma eficiente, con el objetivo final de generar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo.

3.6 La contabilidad del conocimiento

El conocimiento juega un papel fundamental en las organizaciones, como lo son las empresas, ya que el manejo eficaz y eficiente de las mismas depende de la información y el conocimiento sobre aquello que le es relevante y valioso, sobre aquello que si no se logra captar y corregir en el momento adecuado puede conllevar a grandes pérdidas.

Tener conocimiento del conocimiento relevante del que dispone la empresa para su funcionamiento es una tarea central en la sociedad del conocimiento, para cubrir esta expectativa surge la contabilidad del conocimiento.

La contabilidad del conocimiento permite ver las organizaciones a partir de dos estructuras como lo son la estructura creencial y la estructura mental y por medio de las cuales se pueden llegar a esas metas, a esos objetivos que han sido trazados con anterioridad es la misma empresa.

La estructura creencial se manifiesta en forma de un complejo cognitivo que está constituido por los datos, la información y el saber. Y la estructura mental se manifiesta en forma de proceso cognitivo el cual está constituido por los estados, los acontecimientos y hechos cognitivos.

Para comprobar si la aplicación de estas estructuras en la empresa es correcta se debe medir. En este caso, se está tratando con sistemas artificiales como son las organizaciones o las empresas, y es deseable que esta medición se realice en forma contable, para poder identificar la eficiencia o ineficiencia de tal conocimiento o funcionamiento empresarial.

La tarea es hacer factible dicha medición por medio de la contabilidad del conocimiento. Como se ha mencionado antes, la contabilidad en las organizaciones juega un papel fundamental y por tanto cada día se busca ir mas allá de ella, lograr encontrar nuevas formas de aplicarla ya que los años pasan, las cosas cambian y es necesario ir a la par de todos estos avances.

Surgen, se desarrollan, se corrigen, se sustituyen, nuevos modelos, teorías y ciencias e incluida en esta última está la ciencia contable la cual cambia tanto cualitativa como cuantitativamente y allí se encuentran dos tendencias, la diferenciación e integración de las distintas esferas del conocimiento científico contable.

Es importante dar a conocer lo que se entiende por contabilidad, y por ciencia contable y así poder establecer una diferenciación entre las mismas, Se entiende por contabilidad al conjunto de técnicas y procedimientos que permiten la descripción de los estados, acontecimientos y hechos contables. Los estudios de los fundamentos teóricos y valorativos de la contabilidad se denominan teorías contables, razón por la cual hay muchas de ellas y tal vez surgirán muchas más.

La ciencia contable, es el estudio de las regularidades del hecho contable, que es una forma específica de los hechos económicos y éstas son los hechos sociales. La ciencia contable es el sistema explicativo, hipotético, deductivo y teórico de los hechos contables los cuales están constituidos por los estados y acontecimientos contables como los estados financieros.

Al desarrollarse la contabilidad ha ido abarcando ámbitos que antes no se consideraban propios, como lo son la ecología, los intangibles y ahora el capital intelectual, especialmente el conocimiento y la información.

Todo factor intangible pasa a tener valor económico cuando se transforma en dinero, el conocimiento no es una excepción en este caso.

Ahora los sistemas contables, se encuentran con un nuevo escenario, y al aplicar las teorías contables que se enseñan en la universidad habrá de darse cuenta de que es imposible, que estas ya son algo obsoleto, que definitivamente se necesita cambiar, se requiere actualizar el conocimiento y aplicarlo de nuevo. Todo lo anterior conlleva a que la empresa tenga que incurrir a la pregunta ¿Cómo hacen los departamentos contables para medir cual es en términos numéricos el valor del conocimiento de la organización?

Ahora surge un gran problema ya que los sistemas contables están atrasados muchos años y se pretende seguir usándolos para una realidad de los negocios muy diferente,

para una realidad económica que ha cambiado a pasos agigantados y en la cual ya no es posible aplicar solo una contabilidad pasada de moda.

Las organizaciones han ido cambiando radicalmente en base a las decisiones innovadoras de los seres humanos, las cuales han surgido como exigencia en una serie de cambios en la actualidad, una realidad que ha venido exigiendo nuevas respuestas en los grupos profesionales, académicos o científicos.

En esta sociedad se trata el conocimiento, las formas de organización y las instituciones sociales interactuando para configurar el aprendizaje y las competencias innovadoras de las organizaciones y/o empresas, centrándose en los sistemas de educación y formación, y los tipos de mercados de trabajo por ser las instituciones claves en la configuración de la organización del trabajo y de la base del conocimiento de la organización, estas mismas instituciones que son capaces de aprovechar el conocimiento como fuente de aprendizaje las cuales tienen más posibilidades de producir sólidas competencias, por ejemplo, para la innovación.

La importancia de las nuevas tecnologías de comunicación, especialmente el Internet, suscita preguntas concretas sobre la fijación de precios como mecanismo de incentivo para regir el acceso a los recursos de información. Sobre estas nuevas posibilidades se requiere un nuevo programa de investigación orientado por las políticas para centrarse en los problemas de acceso, estandarización e inversión en capital humano e infraestructuras de redes sociales y físicas.

En el ámbito empresarial cada día se presentan más retos para la contabilidad. En primer lugar, puesto que la gran mayoría de estos nuevos activos que crean valor no están reflejados en los estados financieros, y en segundo lugar, puesto que como consecuencia de lo primero, los estados financieros están perdiendo utilidad como reflejo del potencial de beneficios futuros de la empresa.

Frente al nuevo contexto de la realidad económica y empresarial, la contabilidad se va adecuando muy a pesar a ese nuevo entorno con nuevas propuestas técnicas y teóricas, para describir el desarrollo de la contabilidad, del pensamiento contable, a través de la historia.

El enigma generado por la llamada contabilidad del conocimiento se ha producido a falta precisamente de una teoría que permita comprender los alcances de esta nueva realidad empresarial y a partir de este entendimiento, buscar las normas y prescripciones necesarias que permitan su manipulación, o en términos de la nueva economía.

También se habla de que los modelos de muchos de los paradigmas de la contabilidad se encuentran desactualizados y pueden resultar insuficientes para la medición del conocimiento.

La contabilidad del conocimiento tiene como objeto la búsqueda de un valor adecuado que le permita hacer funcionar las organizaciones. Entonces se hace necesario comprender que el problema implica estudiar el conocimiento al iniciar un análisis, y dicho problema de conocimiento resulta siendo todo un sistema de problemas, y sus componentes son: ¿Qué es el conocimiento? ¿Este se refleja?

Al estado final de un proceso cognoscitivo, diferenciando conocimiento del proceso de conocer, llevando al interrogante de que se es capaz de responder, ya que los procesos cognoscitivos solo ocurren en la mente (cerebro), luego se empieza a dar respuesta. Lo que se puede conocer, que puede ser todo, algo o nada, de acuerdo a lo antes dicho ya se empezaría a buscar los recursos para tener claro como puede uno llegar a conocer. Al tener claro lo anterior se está en capacidad de distinguir que tipo de conocimiento es el mejor, mas comprensivo y verdadero, que brinde confiabilidad y que a la vez de soluciones pertinentes.

De ahí, se definirá que el conocimiento es la aprehensión la captación de las cosas como realmente son, de una forma subjetiva y no cognoscitiva, porque el conocimiento revela cómo es realmente una cosa así mismo como la capacidad de fundamentarlo o justificarlo racionalmente.

Existe varias clases o tipos de manifestaciones de conocimiento entre las más importantes son: las ciencia, que es el conjunto de conocimientos verdaderos que sirve para la acción práctica y teórica de los hombre y explica que ocurre en la realidad de la

forma mas clara posible contando con instrumentos rigurosos y justificados; y la sabiduría es el conjunto de conocimiento valioso que dan sentido a la vida.

Al finalizar el análisis problemático del conocimiento se hace necesario diseñar una estructura básica del conocimiento que permita observar las relaciones con sus elementos y procesos correspondientes que permita un panorama general objeto de este estudio. Explicando que se constituyen por dos estructuras o planos básicos; la estructura mental y creencial, que al interactuar posibilita el conocimiento como ciencia o sabiduría haciendo que el conocimiento logre objetividad por medio de consenso.

4 EL VALOR

El valor, tal como POURBAIX [24] afirma en 1971, es una cualidad atribuida a las cosas, sin embargo no se confunde con ellas. Es la expresión de la realidad, sintetizando las relaciones que se cruzan y se enfrentan entre un sujeto y un objeto. Su grado de intensidad varía en función de las circunstancias, poniendo de manifiesto una dualidad objetiva y otra subjetiva, en la explicación de las causas de este concepto. Se mide mediante factores técnicos: costos de producción según los economistas, cantidad de trabajo según los marxistas. Los marginalistas, en cambio, conceden más importancia a la utilidad.

Como cualidad de las cosas tiene un valor relativo, lo cual queda de manifiesto en la paradoja del *"poco valor del agua, no obstante ser tan necesaria, y del gran valor de los diamantes siendo totalmente inútiles"*. Para SMITH [30] un bien representa una cantidad de trabajo, que es la medida del valor de cambio de toda mercancía, con esto distingue un valor de uso o aporte al bienestar económico. En cambio para MARX [19] el valor de cambio de las mercancías se reduce al trabajo o al consumo de fuerza humana.

Por otra parte, para los marginalistas como CONDILLAC [8], el valor refleja una realidad puramente psicológica: "el valor de las cosas se funda en la utilidad, o lo que es lo mismo, en la necesidad que tenemos de ellas, o también en el uso que podemos hacer de las mismas". Al igual que los autores mencionados, CONDILLAC también choca con el precio relativamente bajo de ciertos bienes, si se les compara con otros en función de su utilidad. En su pensamiento, el hombre situado en el centro de la vida económica, pondera la

utilidad de cada objeto en relación con la escala de sus preferencias. Es decir, una vez comprobado que las cantidades sucesivas de un bien proporcionan una satisfacción o utilidad decreciente, el valor subjetivo se determina por la importancia atribuida al último deseo de emplearlo (utilidad marginal).

Este principio explica la paradoja del valor, no resuelta por SMITH [30], ya que cuando aumenta la cantidad de mercancías disponibles disminuye la deseabilidad de las unidades adicionales, a pesar del aumento de la utilidad total. El afán de encontrar la causa única del valor conduce a aislar un fenómeno y a evaluarlo fuera de su contexto, concentrando el análisis en el medio y descuidando la finalidad de todo sistema. Se ignoran deliberadamente las circunstancias, la diversidad de los fenómenos y las tendencias del individuo.

La visión holística de una empresa y la sinergia que genera con su entorno, debiera, según VALMAYOR y CUADRADO [31], considerar una nueva acepción de la partida doble, entre el que hacer de la empresa y su entorno social, es decir entre su valor cuantitativo y su componente cualitativo.

Respecto de estos valores podemos tomar como ejemplo, la situación del derribo de una construcción o de un edificio de carácter cultural y algunas de las consecuencias que ello implica: su desaparición física y orgánica del mundo real y la imposibilidad de volver a recuperarlo en el futuro, aunque se intentasen utilizar los mismos materiales del inmueble original que subsistiesen acumulados tras su demolición. Ha de tenerse en cuenta que cualquier tipo de construcción realizada en la historia de la humanidad constituye un testimonio único, singular e irrepetible, aunque se trate de un edificio modesto y sin aparentes pretensiones, o responda a unos modelos o parámetros estandarizados en un determinado tiempo y época. Y todo ello dejando al margen el posible valor económico del inmueble histórico-artístico. Con este ejemplo quedan de manifiesto los valores cuantitativos y cualitativos que una construcción o edificación pueden tener.

4.1 Valoración Estructurada

Los valores cuantitativos de una entidad económica están regulados o normados por los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados y por leyes específicas para algunos sectores de la industria.

La normativa vigente impone al empresario la obligatoriedad de expresar, y en especial a las sociedades de capital, la valoración de su patrimonio de acuerdo a la técnica contable, materializándose en un balance. En la medida que puede ser ordenado conforme a criterios lógico-económicos encuentra su existencia jurídico-contable, sin embargo, debe entenderse la magnitud relativa del valor, tal como lo define DE TORRES [10]: *“el valor es un accidente apreciable en el cumplimiento de las obligaciones”* o bien como *“el valor es únicamente apreciable como resultado de comparar lo valorado con un patrón convencional”*, es decir, como índice de la patrimonialidad de los bienes y de su importancia cuantitativa es sólo objetivable en relación con una referencia convencional. Por otra parte, para las sociedades de responsabilidad limitada el valor adquiere otro grado de importancia, al radicar en él las garantías que representa el patrimonio de estas sociedades para sus socios y acreedores, tanto en el momento de su constitución como en el desarrollo de su actividad empresarial.

El punto de partida es si los bienes han de anotarse en el balance por su valor de adquisición, reajustándose por razones técnicas y jurídicas predeterminadas, este modo de valorar los bienes y derechos por vía contable es el sistema del *costo histórico*. En la práctica este valor tendrá carácter de valor máximo y en el momento de la valoración habrá de ser reducido en virtud de cualquier causa que lo justifique, infravalorando el patrimonio y ofreciendo a los acreedores una garantía excedente del cobro de su crédito.

4.2 Valoración No Estructurada

Los valores cualitativos de las entidades económicas no están regulados o normados por los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados y por leyes específicas, y a medida que ello ocurre se transforman en valores Estructurados que son tratados como activos intangibles identificables.

Estos valores cualitativos que por imposibilidad técnica, o de otra clase, no se reflejan en los balances. Esta imposibilidad alude a valores derivados de operaciones que no son susceptibles de ser contabilizadas. La diversidad de estas plusvalías, con frecuencia apreciadas indirectamente e incluso por indicios y las dificultades en la determinación de su frontera exacta con los valores de balance propiamente, tal hace muy difícil su detección y cuantificación. De hecho, la referencia necesaria de mercado, fácilmente

identificable en ocasiones, se hace a veces imposible por la singularidad que algunas partidas poseen. En todo caso, esta manera de identificar y evaluar la plusvalía no dejaría de ser convencional y de carácter orientativo, por lo que no sería un medio normativamente válido para incrementar o disminuir el patrimonio neto a ninguno de los efectos a que tal variación resulta relevante (beneficios, dotación de reservas, etc.). Ciertamente mientras no afloren, aunque no se haga apreciable su efecto económico en la empresa, estas plusvalías actuarán, sin embargo, variando el beneficio real de la explotación y su rentabilidad aparente, calculada sobre un patrimonio formalmente distinto. Su existencia y su cuantía reales se pondrán de manifiesto sólo en el supuesto de la enajenación de los activos que las contengan, mediante su contribución al saldo positivo de la cuenta de pérdidas y ganancias o bien rebajándola mediante el reconocimiento de obligaciones o responsabilidades con terceros. En tal caso, la diferencia de valor obtenido respecto al que figura en balance sería sustantiva y explicaría una situación previa de plusvalía implícita que se ha convertido en beneficio o pérdida extraordinaria del ejercicio cuya cuenta de pérdidas y ganancias ha puesto de manifiesto.

5 IMPACTO DEL CAPITAL INTELECTUAL EN LOS ESTADOS FINANCIEROS

Se puede definir el capital intelectual como el conjunto de activos intangibles de una organización que, pese a no estar reflejados en los estados contables tradicionales, en la actualidad, el mercado percibe que generan valor o tienen potencial de generarlo en el futuro. Este se puede apreciar al comparar el valor de mercado de las empresas con su valor contable. Como señaló SVEIBY [51], se debe a que los inversores desarrollan sus propias expectativas en la generación de los flujos de caja futuros debido a la existencia de los activos intangibles.

Una correcta medida del capital intelectual permitiría aproximarse más objetivamente al valor de mercado de una empresa, tanto desde el punto de vista de la oferta, como de la demanda. Por tanto, se hace necesario la creación de modelos que permitan cuantificar su valor en una empresa.

Algunos autores ya han diseñado modelos que introducen indicadores internos no financieros. Entre los más citados, con cierto grado de utilización en el mundo empresarial, se encuentran: The Balanced Scorecard de KAPLAN Y NORTON [17]; Intangible

Assets Monitor de SVEIBY [51]; o el Skandia Navigator de EDVINSSON Y MALONE [12]. En España, el modelo Intellect [14], elaborado por el INSTITUTO UNIVERSITARIO EUROFORUM ESCORIAL con la colaboración técnica de KPMG, tiene junto a otros (por ejemplo: NOVA) un cierto impacto académico. Estos modelos clasifican, bajo el nombre de capital intelectual, todos los recursos intangibles [12, 27], y empiezan a realizar un análisis, cada vez más amplio, de sus interconexiones y contrapartidas.

Considerando la definición de capital intelectual, antes señalada, se debe analizar el concepto desde la perspectiva de identificación, medición y valoración de los activos intangibles -perspectiva contable-, y desde la perspectiva estratégica, es decir, como fuente de creación de ventaja competitiva.

5.1 Los activos intangibles desde la perspectiva contable

Las empresas se enfrentan, por una parte, al reto de acometer inversiones intangibles que potencien la capacidad de generación de riqueza en el futuro, y por otra, a la necesidad de identificar y gestionar, de manera eficiente, los activos intangibles existentes en el seno de la organización. Esto es especialmente difícil, dado que los sistemas de información y contabilidad empleados habitualmente en las sociedades mercantiles están orientados, principalmente, hacia la medición de los beneficios y el valor del patrimonio en términos monetarios y, por tanto, tienen una limitada capacidad para reflejar el valor y la importancia de las inversiones intangibles.

A lo largo de los últimos tiempos, los esfuerzos de académicos y profesionales de la contabilidad han perfeccionado los sistemas contables logrando planes de cuentas muy detallados. Existe una amplia bibliografía que trata aspectos muy específicos que afectan al activo fijo, las existencias o los efectos comerciales a pagar, entre otros. Mucha menos atención han recibido los activos intangibles (salvo unos pocos como el fondo de comercio, los gastos en investigación y desarrollo o la propiedad industrial), a pesar de que, en muchas empresas, el valor de estos activos intangibles y otros que no se contabilizan es muy superior al de sus bienes tangibles.

El primer antecedente de valoración de los activos intangibles en la contabilidad financiera es el llamado fondo de comercio. El fondo de comercio es la diferencia entre el valor contable de la empresa y el precio pagado por ella en una adquisición de empresas.

Contablemente se define el fondo de comercio como: "el conjunto de bienes inmateriales, tales como la clientela, nombre o razón social y otros de naturaleza análoga que impliquen valor para la empresa. Esta cuenta sólo se abrirá en el caso de que el fondo de comercio haya sido adquirido a título oneroso". Este concepto es una aproximación a la valoración de los intangibles de una empresa, pero en sí mismo no aporta nada, es un concepto estático, ya que únicamente se suele materializar en momentos de fusiones y adquisiciones. Lo ideal sería, desde un punto de vista ya sea de gestión o adquisición, estudiar como evolucionan los intangibles en el tiempo, es decir, analizar si los activos intangibles aumentan o disminuyen entre periodos de tiempo comparables. Esto nos aportaría nuevas visiones estratégicas y una disminución en los riesgos de inversión.

Posteriormente, en la normativa internacional de contabilidad [58], se ha realizado un tratamiento más exhaustivo de estos activos. El Accounting Standards Board [3] define los activos intangibles como aquellos activos no financieros que no tienen sustancia física, pero que son identificables y controlados por la empresa a través de derechos legales o custodia física. La norma entiende que un activo intangible es identificable, cuando puede ser vendido independientemente de la empresa. De no ser así, se considera inseparable del fondo de comercio de la empresa, pasando a formar parte del mismo. El término control hace referencia a la habilidad para obtener beneficios económicos o bien, a la de restringir el acceso de la competencia a los mismos por la existencia de derechos legales. Éste también puede obtenerse a través de la custodia física, esto es, cuando el conocimiento técnico o intelectual, proveniente del desarrollo de ciertas actividades, se mantiene en secreto. Cuando no se dan algunas de estas circunstancias, la empresa no tiene suficiente control sobre los beneficios para reconocerlos como activo.

Así mismo, se define el fondo de comercio adquirido como la diferencia entre el precio comprometido para adquirir una empresa y la suma de los valores razonables de activos y pasivos identificables de la empresa. Este fondo podrá ser positivo o negativo, según si el importe comprometido exceda el valor razonable de activos y pasivos identificables o, al contrario.

Con respecto a los activos intangibles se distingue entre:

- a. Adquiridos a terceros de forma individualizada, que se capitalizarán al precio de adquisición.
- b. Adquiridos como parte de un negocio, que serán reconocidos separadamente del fondo de comercio, caso de que su valor pueda ser medido de forma fiable. De no ser así, se incluirán dentro del precio de compra atribuido al fondo de comercio.
- c. Activos intangibles generados internamente, que podrán ser reconocidos sólo si tienen un valor de mercado claramente asignable, es decir, si el elemento pertenece a un grupo homogéneo de activos, que son equivalentes en todos los aspectos, y si existe un mercado capaz de establecer un valor para estos activos.

En suma, la NIC 38 [58] define activo intangible como aquél identificable, no monetario y sin sustancia física, mantenido para el uso en la producción o venta de bienes y servicios, para alquilarlo a terceros o para propósitos administrativos. Además, la citada norma recoge de forma expresa otros dos aspectos a considerar para que un elemento satisfaga la definición de activo intangible: control sobre los mismos y capacidad de obtención de beneficios económicos futuros.

Siguiendo la NIC 38, los requisitos de reconocimiento de los activos intangibles son los siguientes:

- a. Probabilidad de que los beneficios económicos futuros, correspondientes al activo, lleguen a la empresa.
- b. El costo del activo puede ser medido con fiabilidad.

La norma chilena [7], define activo intangible como “un activo que no tiene existencia física, estando su valor fijado por los derechos y beneficios que su posesión implica para el dueño”; y especifica, “los costos de partidas intangibles, tales como patentes, derechos, investigación y desarrollo (si se ha diferido) y derechos de llave deben mostrarse separadamente. Las partidas que tengan vigencia por un plazo limitado deben amortizarse con cargo a resultados durante sus vidas útiles estimadas. La política de amortización de intangibles de plazo indefinido debe ser explicada en nota a los estados

financieros". La normativa contable española, en el Plan General de Contabilidad [22], define el inmovilizado inmaterial como aquel "conjunto de elementos patrimoniales intangibles constituidos por derechos susceptibles de valoración económica". Se puede decir, que esta norma se está refiriendo a elementos identificables a los que se les atribuyen un posible valor. Sin embargo, el término identificable, propiamente dicho no aparece, no obstante, define el fondo de comercio como la diferencia entre el importe satisfecho en la adquisición de una empresa y la suma de los valores identificables de los activos individuales adquiridos, menos los pasivos asumidos en la adquisición; aunque, como se puede apreciar, no para incorporarlo al propio concepto del fondo de comercio [57].

Analizando las normas anteriores, podemos decir:

1. El concepto de inmaterial contempla los siguientes requisitos:
 - a) Carencia de sustancia física
 - b) Ser identificable
 - c) Control
 - d) Contribución a ingresos futuros
2. Existe una diferencia de criterios valorativos entre activos adquiridos y generados internamente, sin existir un criterio definido y homogéneo al respecto.

5.2 Los activos intangibles desde la perspectiva estratégica

Considerando la estrategia como tema unificador que da coherencia a las acciones y decisiones de una persona individual o de una organización, juega un papel muy importante en la consecución del éxito o la excelencia. En efecto y de acuerdo con GRANT [13], un común denominador en todas las historias empresariales de éxito es siempre una estrategia bien formulada y, sobretodo, maravillosamente puesta en práctica. Se considera que el punto de partida para la formulación de la estrategia debe ser una definición clara de la identidad y el propósito de la organización. Esta definición, que suele denominarse misión, responde generalmente a la pregunta: ¿En que consiste el negocio? Tradicionalmente las empresas han definido su actividad de negocio basándose en el segmento de mercado al que intentan servir. Preguntas como: ¿Quiénes son los clientes?

¿Cuáles de sus necesidades se intenta servir?, han sido las que ha dado contenido a la misión [47]. Sin embargo, en un mundo donde las preferencias de los consumidores son volátiles y la identidad de los clientes y las tecnologías para servirlos están continuamente cambiando, una estrategia basada en el mercado es probable que no proporcione la constancia de dirección que requiere una estrategia a largo plazo con fundamento suficiente. Cuando el entorno externo está constantemente en estado de fluctuación, la propia empresa, considerada como un conjunto de recursos y capacidades, puede constituir sin duda una base mucho más estable para definir su propia identidad [42].

Así pues, una definición de la empresa o de la organización, en términos de lo que es capaz de hacer, puede ofrecer una base mucho más estable para la estrategia que una definición basada en las necesidades que la actividad de negocio que busca satisfacer [25].

La teoría de la estrategia denominada Teoría de los Recursos y Capacidades recoge mayoritariamente los razonamientos recién expuestos [13, 34, 35, 42], haciendo hincapié en que, en tiempos turbulentos y de grandes cambios, tanto en la tecnología como en las necesidades de los clientes y de la industria, las ventajas competitivas sostenibles se deben fundamentalmente a los recursos y capacidades.

Con respecto al término recursos, ha de considerarse la distinción entre los tangibles y los intangibles [15]. Los recursos tangibles son concretos, transferibles y fáciles de identificar y de evaluar. Comprenden básicamente los activos físicos y financieros que forman parte del balance contable de la empresa, tales como las fábricas, las máquinas, las materias primas y los terrenos. Los activos intangibles por el contrario son más difíciles de transferir, ya que su valor es difícil de determinar y de medir.

A partir de esta teoría, ha surgido una historia dinámica en la que el conocimiento, acumulado a lo largo de la historia de la empresa, influye en su capacidad para valorar, de forma correcta, los nuevos recursos y capacidades y/o reconfigurar los existentes para enfrentarse a un entorno turbulento e incierto.

La nueva tendencia se conoce con el nombre de teoría basada en el conocimiento [33, 42, 43, 46], que considera a la empresa una comunidad social, representante de un

cúmulo de conocimientos, experta en la creación, en la transmisión interna y en la aplicación del conocimiento. Ahora, la principal fuente de ventaja competitiva duradera residirá en el stock de cierto tipo de conocimiento y las empresas competitivas serán aquellas capaces de crear y aplicar constantemente nuevos conocimientos específicos, que les permitan obtener sus objetivos.

Algunos investigadores [49, 52] postulan que la habilidad de las organizaciones para crear, compartir y usar conocimiento tendrá un gran impacto en su competitividad futura. Algunos de ellos [39, 53], defienden la idea que en el futuro la única ventaja competitiva sostenible será la creación de conocimiento organizativo y su buena gestión. En palabras de DRUCKER [39]: "En la nueva economía, el conocimiento no es uno más de los factores de producción. Se ha convertido en el principal factor de producción".

Los activos intangibles comprenden entre otros el conocimiento, las habilidades, las relaciones, la motivación, la cultura, la tecnología y las competencias. En este sentido, el capital intelectual se centra en la construcción y gestión de los activos intangibles desde una perspectiva estratégica y gerencial, incluyendo, asimismo, algunos aspectos tácticos. Su función es la consideración global de todos los activos intangibles de la empresa. Representa la perspectiva estratégica de la "cuenta y razón", o de la medición y comunicación de los activos intangibles creados o poseídos por la organización [5].

6 LOS MODELOS DE CAPITAL INTELECTUAL O INTANGIBLE

Siendo el capital intelectual la principal fuente de riqueza de las empresas, es totalmente lógico que la dirección de las mismas preste una atención especial a su gestión. Los activos intangibles, aunque no se pueden tocar, sí se pueden identificar y clasificar adecuadamente. Como indica GORDON PETRASH [59], de Dow Chemical, al analizar el capital intelectual: "Si podemos visualizarlo, podemos gestionarlo. Si podemos gestionarlo, podemos medirlo". Se podría ampliar esta cita diciendo: "Si podemos visualizarlo, podemos gestionarlo. Si podemos gestionarlo, podemos medirlo. Si podemos medirlo, podemos controlarlo. Si podemos controlarlo, podemos mejorarlo" [54].

6.1 Elementos del Capital Intelectual

La clasificación de capital intelectual en la que coinciden varios autores, es la presentada por Roos [27], donde se identifican los siguientes elementos:

6.1.1 Capital humano

Se refiere al conocimiento, explícito o tácito, útil para la empresa, que poseen las personas y equipos de la misma, así como su capacidad para regenerarlo. El Capital Humano es la base de la generación de los otros dos tipos de Capital Intelectual.

6.1.2 Capital estructural

Es el conocimiento que la organización consigue explicitar, sistematizar e interiorizar y que en un principio puede estar latente en las personas y equipos de la empresa.

6.1.3 Capital relacional

Se refiere al valor que tiene para una empresa el conjunto de relaciones que mantiene con el exterior. La calidad y permanencia de los clientes de una empresa y su potencialidad para generar nuevos clientes en el futuro, son cuestiones claves para su éxito, como también lo es el conocimiento que puede obtenerse de la relación con otros agentes del entorno.

6.2 Modelos de Medición del Capital Intelectual

Existen varios modelos que intentan medir y gestionar el capital intangible de la organización, principalmente de las empresas privadas, con las dificultades que conlleva mensurar y potenciar dichos elementos intangibles. Hasta ahora, la mayoría de estos modelos se basan en la auditoría interna, con la misión de mejorar la gestión estratégica. En general, los sistemas siguen la inercia de los clásicos sistemas de análisis fundamental, basados en ratios, esta vez no financieros, que, aunque mejoran mucho la gestión, continúan siendo engorrosos y de uso complicado. Otros se quedan en análisis cualitativos, basados en cuestionarios que ayudan a reflexionar y a dar un sentido a la estrategia empresarial. Pero estos no aportan información cuantitativa sobre los intangibles, que permita valorar las empresas.

Varios de los modelos de medición del Capital Intelectual fueron recopilados y detallados por CONTRERAS y SILVA [60], por lo que solo se hará mención de ellos:

Balanced Business Scorecard [17]

Intellectual Assets Monitor [51]

Navigator de Skandia [40]

Technology Broker [4]

Canadian Imperial Bank [28]

Dow Chemical [14]

Modelo Intelect [14]

Modelo Nova [56]

Capital Intelectual [27]

Básicamente, las desventajas de estos modelos suelen ser [57]:

1. Están basados en ratios e indicadores que no presentan conexión entre sí. De este modo, tenemos listas interminables de ratios basados en distintos tipos de activos intangibles, sin interrelación.
2. Otros encasillan los intangibles en grupos y lo hacen sin tener en cuenta que, en realidad, los intangibles se mezclan.
3. El grado de abstracción que llegan a tener es muy elevado, por lo que su aplicación es difícil y complicada. Su utilización requiere muchos esfuerzos humanos y económicos.
4. La mayoría de métodos que encontramos en la bibliografía disponible asumen que la empresa ya tiene una estrategia bien formulada y coherente, lo que en la mayoría de casos difiere de la situación real.
5. Por último, los métodos no tienen en cuenta las posibles pérdidas de valor de los activos intangibles y ninguno hace referencia sobre la posibilidad de existencia de Pasivos Intangibles.

7 LOS PASIVOS INTANGIBLES

Extensa es la literatura que habla de excelencia empresarial, de capacidades, de ventajas competitivas y de la virtud de los intangibles como fuente de creación de riqueza. Pero, desde un punto de vista pragmático, independientemente del ciclo económico en el que estén sumergidos, se producen suspensiones de pago, que en muchos casos acaban desembocando en quiebra.

Los motivos, aunque diversos, se tienden a adjudicar a factores externos a la propia organización. Sectores que atraviesan situaciones difíciles, descenso del consumo, ciclos bajistas, y un largo etcétera, se convierten en auténticas barreras defensivas [2]. Pero si las verdaderas razones del éxito las debemos buscar en estrategias bien definidas y perfectamente materializadas [13], ¿dónde debemos buscar los inductores del fracaso?

Refiriéndose al éxito empresarial, HAMEL Y PRAHALAD [44] afirman que las razones hay que buscarlas dentro de la propia organización, con independencia de los factores externos. Por analogía, al referirnos al fracaso, debemos centrarnos igualmente en la propia organización.

7.1 Los pasivos intangibles desde la perspectiva contable

Desde el punto de vista contable, cuando en la contabilidad financiera, se intenta valorar el capital neto de una empresa se realiza como la diferencia entre los activos y pasivos exigibles u obligaciones [57]. Es decir:

Capital neto (Pasivo no exigible) = Activos - Pasivos exigibles. Y siempre se cumple la igualdad Activo = Pasivo. Si el capital intangible de una organización está formado por la suma de los activos intangibles de una compañía y, si la ecuación $C = A - P$ es válida dentro de un sistema de contabilidad de costos históricos, debe, por extensión lógica, haber una ecuación equivalente con respecto al capital intelectual, tal como lo muestra la tabla N° 1:

Tabla Nº 1: Ecuación contable para Intangibles

$CI = AI - PI$	
Siendo:	
	CI = Capital intangible
	AI = Activos intangibles
	PI = Pasivos intangibles
<i>Fuente:</i> García, M; et al. (2004) Intangibles: Activos y Pasivos http://www.intangiblecapital.org/Recursos/Articulos/N0/0021-Intangibles_Activos_y_Pasivos-Mercedes_García-Pep_Simo-Joan_Mundet-Jordi_Guzman.pdf (visita 30/06/2005)	

Esta ecuación supone dos implicaciones:

1. Toda organización mide los recursos propios que posee reconociendo y valorando primero los bienes y después substrayendo las obligaciones en que ha incurrido. Si los recursos propios son medidos indirectamente substrayendo los pasivos de los bienes, entonces ¿porqué el capital intangible debe ser diferente?
2. Si la ecuación $CI = AI - PI$ se cumple, entonces se necesita construir una metodología que permita al menos identificar la existencia de pasivos intangibles. Equilibrar los libros contables del capital intangible en las organizaciones significa tener que reconocer la existencia de pasivos intangibles.

Como punto de partida, se tendría que definir el concepto de pasivo intangible para evitar cualquier tipo de ambigüedad. Según la normativa contable, los pasivos se definen como "el conjunto de los elementos patrimoniales de una empresa, que representan el total de sus deudas y obligaciones". Esta definición de los pasivos se refiere a la parte "visible" del balance y son recogidos y medidos por la contabilidad tradicional. En la parte "no visible" del balance, por aproximación, aparecería el pasivo intangible.

HARVEY Y LUSCH [45] definen el pasivo intangible como: “La responsabilidad u obligación de la empresa para transferir recursos económicos o proporcionar servicio a otras entidades en el futuro. También puede reflejar una rentabilidad inferior”.

Una primera aproximación de la existencia de estos pasivos intangibles en la contabilidad la podemos encontrar en la aparición del fondo de comercio negativo, que surge en aquellas adquisiciones de empresas cuando el costo de compra es menor que la participación del adquirente en los valores de los activos y pasivos identificables.

7.2 Los pasivos intangibles desde la perspectiva estratégica

Desde la vertiente estratégica, existe una tendencia, cada vez más aceptada [15, 21, 39, 42], a relacionar directamente los intangibles con los beneficios futuros, pero ¿qué ocurre cuando los beneficios tienden a disminuir? o ¿cuándo lo que considerábamos competencias dejan de crear valor agregado a la empresa?

Frente a la crítica de PORTER [23], de que el valor de los activos tangibles se deprecia, mediante la ejecución de actividades, cabe sostener que los activos intangibles, mayoritariamente, en vez de depreciarse, pueden incrementar su valor a medida que son utilizados. Pero lo que en un momento dado puede ser considerado como una competencia esencial, puede convertirse, en el transcurso del tiempo, en una mera capacidad. En este sentido, se debe considerar la posibilidad de pérdida de valor de los activos intangibles, no sólo como un hecho puntual, si no como una realidad tangible [57].

Uno de los primeros acercamientos al análisis de la pérdida de valor de los activos intangibles, fue realizada por ANDRIESEN y TISSEN [1], donde al establecer un sistema de evaluación y gestión estratégica de intangibles, los acotaron según su valor agregado, competitividad, potencial, permanencia y robustez o vulnerabilidad, teniendo en cuenta una posible depreciación en función del tiempo.

Generalmente, se piensa que la depreciación se debe a factores tales como un potencial limitado por las capacidades propias de la organización, por un alcance temporal acotado en función de los cambios de mercado, o debido a la elevada competitividad entre competencias. Pero, ¿qué sucede cuando los activos intangibles dejan de tener las

cualidades necesarias para crear ventajas competitivas?, ¿qué motivos internos inducen a un mal funcionamiento de las mismas?

La mayoría de los sistemas de valoración del capital intangible coinciden en que todo valor futuro o presente de la empresa reside, en el fondo, en los intangibles humanos y que la creación de riqueza siempre acaba dependiendo de una decisión humana, de la inteligencia y del trabajo bien realizado. Pero, por qué no pensar que los intangibles también son los responsables de la destrucción de la riqueza. ¿Qué sucede cuando las decisiones humanas son continuamente desacertadas, cuándo la inteligencia es mal utilizada o el trabajo se realiza mal? La respuesta es obvia: se destruye la riqueza y se auguran futuras pérdidas de valor. Como afirma CADDY [37], se debería empezar a plantear cuál es el valor de una mala idea.

Así pues, una estrategia orientada a incrementar el valor intangible de la empresa, no solamente debería ir encaminada a invertir en activos intangibles, sino también a analizar como se deteriora o se reduce el valor de estos activos. Es decir, tiene que contemplar la existencia de los pasivos intangibles como factores que, en lugar de generar valor para la organización, producen pérdidas difícilmente cuantificables para la misma.

7.3 Responsabilidad Social

Este término tiene diferentes acepciones para diferentes personas, sin embargo, diremos que la responsabilidad social corporativa es la obligación que tiene la gerencia de tomar acciones para proteger y mejorar tanto el bienestar de la sociedad como un todo así como los intereses de la organización. De acuerdo con el concepto de responsabilidad social corporativa, un gerente debe luchar por alcanzar tanto las metas de la organización como las metas de la sociedad [6].

Un modelo de responsabilidad social corporativa muy aceptado es el desarrollado por KEITH DAVIS [38] que en términos sencillos tiene una lista de cinco propuestas que describen por qué y cómo las empresas deben adherirse a las obligaciones y tomar acciones que protejan u mejoren el bienestar de la sociedad y el de la empresa:

Proposición 1: La responsabilidad social surge del poder social.- Esta proposición se deriva de la premisa de que las empresas tienen una influencia significativa o un poder

sobre temas sociales críticos, como el empleo para las minorías y la contaminación ambiental. En esencia, la acción colectiva de todas las empresas de un país determina primero la proporción de minorías empleadas y la condición de que prevalezca en el ambiente en el cual los ciudadanos viven.

Para DAVIS, dado que las empresas tienen este poder sobre la sociedad, la sociedad puede y debe hacer responsable a las empresas de las condiciones sociales que resulten del ejercicio de este poder. DAVIS explica que el sistema legal de la sociedad no debe esperar más de las empresas que lo que cada ciudadano individualmente haga con el poder que ejerce.

Proposición 2: Las empresas deben operar en un sistema abierto de doble vía, recibiendo información de la sociedad y dando información al público sobre sus operaciones.- De acuerdo con esta proposición, las empresas deben mostrarse dispuestas a escuchar lo que se ha hecho para mantener o mejorar el bienestar social. A su vez, la sociedad debe estar dispuesta a escuchar los informes de las empresas sobre lo que hacen para cumplir con sus responsabilidades sociales. DAVIS sugiere que debe haber una comunicación permanente, abierta y honesta entre los representantes de la sociedad y las empresas si se quiere mantener o mejorar el bienestar general de la sociedad.

Proposición 3: Los costos sociales y los beneficios de una actividad, producto o servicio, deberán ser calculados minuciosamente y considerados para decidir si se procede con éste.- Esta proposición enfatiza que la viabilidad técnica y la ganancia económica no son los únicos factores que deben influir en la toma de decisiones de una empresa. Éstas deben considerar tanto las consecuencias sociales de corto como de largo plazo que tengan las actividades del negocio antes de emprenderlas.

Proposición 4: Los costos sociales relacionados con cada actividad, producto o servicio, deben pasarse al consumidor.- Esta proposición afirma que no debe esperarse que las empresas financien completamente actividades que puedan ser socialmente ventajosas, pero económicamente desventajosas. El costo de mantener actividades deseables dentro de las empresas debe ser pasado a los consumidores por medio de precios más altos de los bienes o servicios relacionados con estas actividades.

Proposición 5: Las empresas, así como los ciudadanos, tienen la responsabilidad de participar en ciertos problemas sociales que están fuera de su área normal de operación.-

Esta última proposición indica que si una empresa tiene el conocimiento para resolver un problema social con el cual no esté directamente asociado, debe tener una responsabilidad con la sociedad para ayudar a resolver este problema. Para DAVIS, dado que los negocios eventualmente se beneficiarán de una sociedad que mejore, las empresas deben compartir la responsabilidad de la ciudadanía en general para procurar una mejora de la sociedad.

Las áreas en que los negocios pueden actuar para proteger y mejorar el bienestar de una sociedad son diversas y numerosas. Quizá las más conocidas de estas áreas sean las de asuntos urbanos, del consumidor, ambientales, y asuntos sobre prácticas de oportunidades de empleo.

En definitiva, los gerentes deben centrar su esfuerzo en [6]:

1. Realizar todas las actividades de responsabilidad social legalmente requeridas.
2. Considerar realizar actividades de responsabilidad social que vayan más allá de los requerimientos legales.
3. Informar a todas las personas sobre el grado en el cual su organización se verá involucrada en la relación de actividades de responsabilidad social.

Uno de los retos que enfrentan los gerentes que intentan ser sensibles antes los asuntos sociales es determinar cuáles son las obligaciones específicas, implícitas en las situaciones de su negocio. Los gerentes de la industria del tabaco, por ejemplo, están con probabilidad socialmente obligados a contribuir a la salud pública al impulsar el desarrollo de una innovación de productos de tabaco que causen menos daño a la salud de la gente que los productos actuales, pero no tienen obligación social por los derramamientos de petróleo que surgen en la playa.

Claramente, la administración tiene una obligación de ser socialmente responsable hacia sus grupos de interés. Los grupos de interés son todos aquellos individuos y grupos que directa o indirectamente sufren las consecuencias de una decisión de una empresa. Los gerentes de las empresas exitosas típicamente tienen muchos afectados que considerar: los accionistas o dueños de las entidades; los proveedores; los prestamistas; las agencias gubernamentales; los empleados y los sindicatos; los consumidores; los competidores y las comunidades locales al igual que la sociedad en general. La tabla N° 2 establece una lista de estos grupos de interés y da un ejemplo de cómo un gerente está socialmente obligado ante cada uno de ellos.

Tabla N° 2: Los grupos de interés en una empresa típica moderna y ejemplo de las obligaciones sociales que los gerentes tienen con ellos.

GRUPO DE INTERÉS	LAS OBLIGACIONES SOCIALES
Los accionistas/los propietarios de la organización	Aumentar el valor de la organización
Los proveedores de materiales	Tratarlos justamente
Banqueros y otros prestamistas	Pagar las deudas
Agencias Gubernamentales	Cumplir las leyes
Empleados y Sindicatos	Brindar un medio de trabajo seguro y negociar justamente con los representantes sindicales
Consumidores	Ofrecer productos seguros
Competidores	Competir limpiamente y abstenerse de restringir el comercio
Las comunidades locales y la sociedad en general	Evitar prácticas de negocios que le hagan daño al ambiente.

Fuente: Certo, S. 2001. **Administración moderna.** Pearson Educación de Colombia Ltda. Colombia. p. 55

PROBLEMA

En los últimos años la fuente de valor y riqueza empresarial ha evolucionado de la producción de bienes materiales a la creación y gestión de conocimiento. Los balances contables son registrados de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados o a falta de éstos, según normas internacionales de contabilidad, en que las transacciones son reconocidas a sus respectivos valores monetarios según costo de adquisición -en algunos casos se utiliza otros criterios-, sin embargo y con bastante frecuencia, existen valores intrínsecos, no monetarios, que afectan al valor de la entidad y que no se encuentran identificados en los estados financieros. Estos valores implícitos, de naturaleza intangible, no pueden ser medidos de modo confiable, ya que la hermenéutica contable utiliza el costo histórico como principal herramienta de medición de su valor.

Además, si bien existe una dispersa y abundante bibliografía, y en general, los valores invisibles u ocultos de la contabilidad son tratados por variados autores reconociendo su realidad inmaterial, no existe convergencia de opinión en cuanto a su tratamiento, ya que las plusvalías inmateriales a medida son identificadas y factibles de cuantificar confiablemente, son tratadas por normas específicas; a diferencia de las no identificables, cuya existencia se da cuenta en procesos de enajenación y valorizadas como la diferencia neta entre el precio pagado y el valor contable de la entidad. Esta discusión respecto del tratamiento de los intangibles también alcanza al mundo académico. Por otra parte, con bastante habitualidad se habla de Capital Intelectual como sinónimo de Capital Intangible.

Por ello es necesario recopilar literatura existente sobre intangibles como una fuente de información. También se persigue capturar la opinión de académicos del área contable de la escuela de auditoría de la Universidad de Valparaíso, en relación con el tema, no para evaluarlas sino que para establecer una tendencia; y como otra fuente de información. Posteriormente discutir sobre la base de ambas fuentes de información respecto de los recursos y obligaciones intangibles para concluir respecto de ellas y proponer una definición del concepto de Capital Intangible.

OBJETIVOS

1 OBJETIVO GENERAL

Proponer una definición de Capital Intangible de una entidad, a partir de las tendencias de opinión de autores y de académicos del área de contabilidad de la escuela de auditoría de la Universidad de Valparaíso.

2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 2.1. Reunir el pensamiento de autores que han opinado respecto de los Recursos y Obligaciones Intangibles de una entidad.
- 2.2. Establecer una tendencia de opinión de académicos del área contable de la escuela de auditoría de la Universidad de Valparaíso, mediante instrumento encuesta.
- 2.3. Inferir una tendencia general de opinión a partir de la discusión del pensamiento de autores y las opiniones de académicos encuestados en función de los recursos y obligaciones intangibles de una entidad.
- 2.4. Concluir en una definición del concepto Capital Intangible de una entidad a partir del pensamiento de autores y opinión de académicos del área de contabilidad de la escuela de auditoría de la Universidad de Valparaíso

METODOLOGÍA

Este trabajo de investigación es de causalidad, pretende establecer una relación entre los recursos y obligaciones intangibles de una entidad para determinar su Capital Intangible.

ETAPA 1: RECOPIACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Acciones:

1. Recopilar normativa técnica emitida por el Colegio de Contadores de Chile A.G. respecto del tratamiento y valoración de intangibles en nuestro país.
2. Recopilar normativa internacional emitida por el Organismo Internacional de Normas Contables (IASB), respecto del tratamiento y valoración de intangibles a nivel internacional.
3. Recopilar opiniones de profesionales, expertos en el área, acerca de valores intangibles de la contabilidad.
4. Las fuentes de información fueron: Internet, bibliotecas públicas y privadas. Las fuentes de información primaria corresponden a Tesis de pre y post grado, publicaciones periódicas (revistas del área contable), documentos de organismos oficiales (Colegio de Contadores de Chile A.G. y Organismo Internacional de Normas Contables), libros (de texto, compilaciones y de análisis).

ETAPA 2: MODIFICACIÓN, REVALIDACIÓN Y APLICACIÓN DE INSTRUMENTO

Acciones:

1. Elección de académicos del área de contabilidad de la escuela de auditoría de la Universidad de Valparaíso, según Universo.
2. Modificación del instrumento (encuesta), obtenida y validada en tesis de pre-grado "Valorización del Activo Intangible en Chile, en función de los desafíos de desarrollo socio económico del país" de Srta. Evelyn Contreras Tapia (Diciembre 2004), que tiene por objeto conocer la opinión de los académicos del área contable de la escuela de auditoría de la Universidad de Valparaíso sobre los intangibles de una entidad.
3. Revalidación de encuesta por experto en Gestión del Conocimiento, investigador en esta área por más de veinte años.
4. Aplicación de encuesta (Anexo N° 1).

Universo:

Serán encuestados todos los académicos que conforman el área de contabilidad de la escuela de Auditoría de la Universidad de Valparaíso, que corresponden a siete:

- | | |
|---------------------------|-----------------------|
| 1. Srta. Karem Bahamondes | 5. Sr. Héctor Fuentes |
| 2. Sr. Ricardo Barril | 6. Sr. Carlos Murat |
| 3. Sr. Oscar Bernal | 7. Sra. Marlene Piña |
| 4. Sra. Marcela Fernández | |

Por otra parte, y para no redundar en reiteraciones, para los fines de este trabajo se entenderá que cuando se haga referencia a “los académicos” o “académicos” o “facultativos”, se está aludiendo a los académicos que conforman el área de contabilidad de la escuela de Auditoría de la Universidad de Valparaíso.

ETAPA 3: ANÁLISIS DE RESULTADOS**Acciones:**

1. Tabular los resultados obtenidos, según parámetros predefinidos en la encuesta.
2. Interpretar tendencia de opinión de los académicos en base a los resultados de la encuesta. Para ello se encontrará la moda estadística en cada uno de los casos, a partir de las respuestas obtenidas.
3. Establecer una tendencia de opinión de los autores tratados en el marco teórico de este trabajo.
4. Comparar la tendencia de opinión de académicos con la de autores, discutiendo las convergencias y divergencias de pensamiento.
5. Redactar informe final de tesis.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Este análisis de resultados será dividido en tres partes. Las dos primeras para determinar una tendencia de opinión de las dos fuentes de las cuales se nutre este trabajo: la encuesta realizada a los académicos del área de contabilidad de la escuela de auditoría de la Universidad de Valparaíso y, de la literatura especializada. La tercera parte es donde se discute sobre ambos pensamientos.

1 Opinión de académicos

La encuesta realizada a los académicos será analizada a continuación, no sin antes realizar tres comentarios:

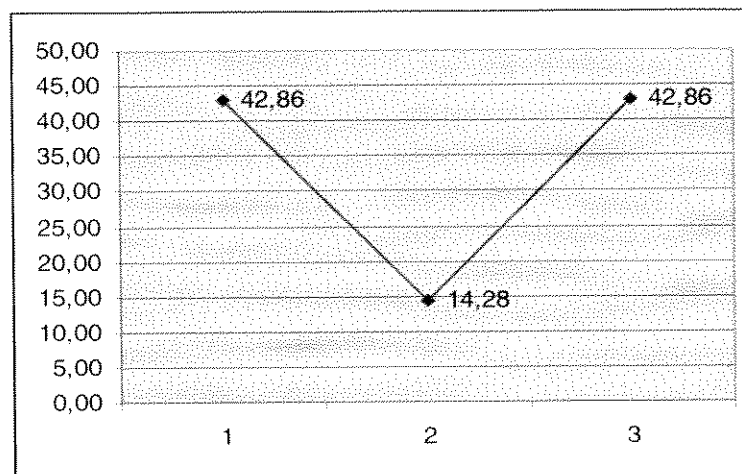
- a. Al momento de recibir la encuesta, también se dialogó con varios de los académicos respecto de diversos puntos y conceptos consultados, recibiendo algunas observaciones y consideraciones tenidas en cuenta al momento de responder y expresar su opinión, las que serán incorporadas como parte de la captura de su opinión y como enriquecimiento del análisis de resultados.
- b. Faltó obtener los resultados de una encuesta, que por diversos motivos no alcanzó a ser recibida y procesada, sin embargo, como se pretende establecer una tendencia de opinión de los académicos, se procede al análisis con las respuestas obtenidas.
- c. El interés demostrado por los académicos en discutir los aspectos contables, desde una perspectiva más amplia que la tratada por la normativa.

Los resultados obtenidos de encuesta realizada a los académicos, por cada pregunta refleja lo siguiente:

PREGUNTA N° 1

Al ser consultados los académicos respecto de su punto de vista sobre lo que entiende por Activo Intangible las alternativas eran tres, en que podían elegir cada una, ambas o proponer otro punto de vista. Las respuestas en porcentaje fueron las siguientes (Gráfico N° 1):

Gráfico N° 1: Respuestas pregunta N° 1



Moda = alternativas 1 y 3 con 42,86%

Donde:

La respuesta N° 1 tiene el 42,86 % de las preferencias, es decir, los activos intangibles son aquellos recursos que han significado un desembolso real y que representan efectivamente un potencial de servicio para la empresa

La respuesta N° 2 tiene el 14,28 % de las preferencias, es decir, considera que los conocimientos, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con los clientes y destrezas profesionales que dan a una empresa una ventaja competitiva en el mercado, pueden ser considerados como activos intangibles.

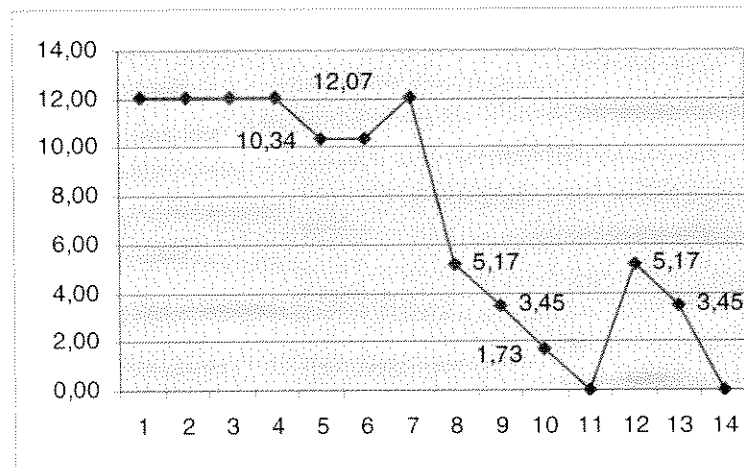
La respuesta N° 3 tiene el 42,86 % de las preferencias, es decir, ese porcentaje de académicos considera que ambas respuestas o una mezcla de ellas pueden ser consideradas como activos intangibles

Sin embargo, en conversación sostenida con los académicos que se inclinaron sólo por la alternativa N° 2, su fundamento para responder considera un nuevo enfoque de los activos intangibles, en que se incorporan más elementos que los considerados en las normativas.

PREGUNTA N° 2

Al ser consultados los académicos respecto de los elementos que a su juicio componen el activo intangible, las respuestas y porcentajes se encuentran reflejados en el Gráfico N° 2:

Gráfico N° 2: Respuestas pregunta N° 2



Moda = alternativas 1, 2, 3, 4 y 7 con 12,07%

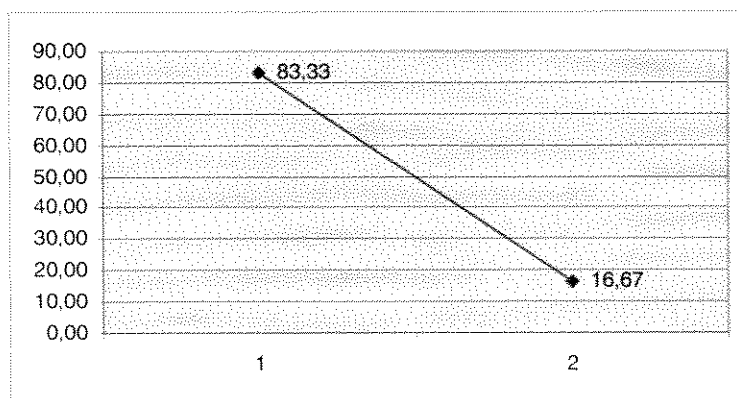
Las respuestas y porcentajes más importantes se encuentran de las preguntas N° 1 a la N° 7, ya que existe amplia aceptación de ellos y porque son conceptos tratados por la normativa, sin embargo, no cuentan con la unanimidad de las preferencias, se apreciándose una leve discrepancia en dos de las alternativas, que no es objeto a discutir en este trabajo.

Además, se observa la incorporación de otros elementos para considerarlos como activos intangibles, correspondientes a las alternativas N° 8, 9, 10, 12 y 13, lo que refleja la existencia de nuevos elementos que comienzan a ser discutidos como posibles activos intangibles. Principalmente, las capacidades técnicas de los empleados (alternativa 8) y las bases de datos de clientes (alternativa 12).

PREGUNTA N° 3

Al ser consultados los académicos respecto de si el conocimiento y las capacidades técnicas de los empleados se pueden valorar como ACTIVO INTANGIBLE, las respuestas y porcentajes se encuentran reflejados en el Gráfico N° 3:

Gráfico N° 3: Respuestas pregunta N° 3



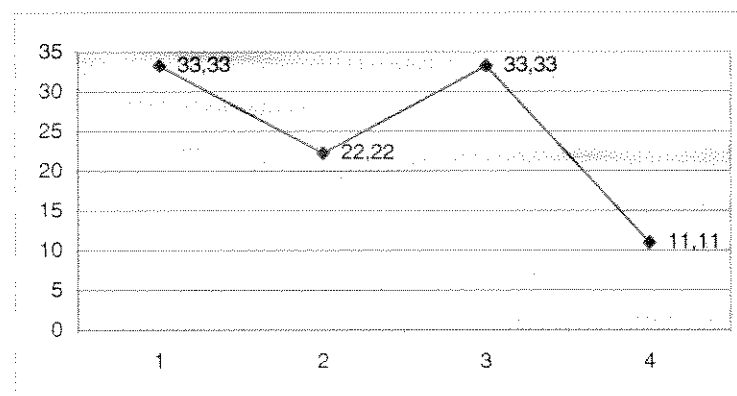
Moda = alternativa 1 con 83,33%

Las respuestas obtenidas mantienen la tendencia a la discusión e incorporación de nuevos elementos a ser considerados como activos intangibles, en los porcentajes que se aprecian en el gráfico N° 3, lo que mantiene la tendencia de discusión respecto del tema con una moda en la alternativa 1.

PREGUNTA N° 4

Al ser consultados los académicos respecto de su punto de vista sobre lo que entiende por Pasivo Intangible las alternativas eran cuatro, en que podían elegir más de una. Las respuestas en porcentaje fueron las siguientes (Gráfico N° 4):

Gráfico N° 4: Respuestas pregunta N° 4



Moda = alternativas 1 y 3 con 33,33%

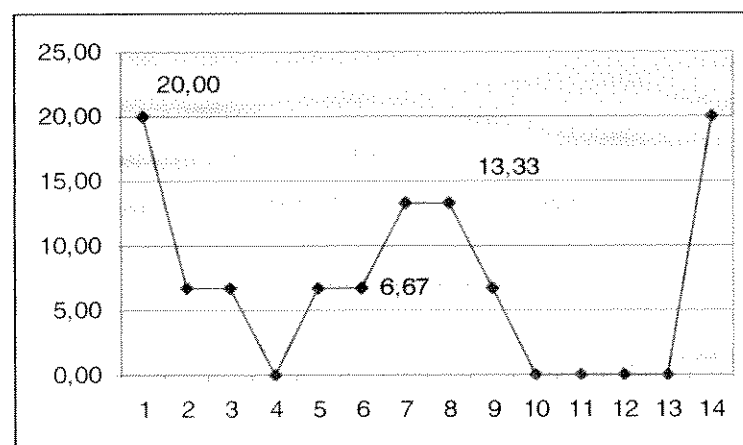
Existen dos alternativas con mayor aceptación, generando dos modas a esta pregunta. La primera, reconoce responsabilidades u obligaciones con terceros, respondiendo a lo que se entiende por pasivo en la normativa; y la tercera (Fondo de Comercio Negativo), que es tratada en los boletines técnicos chilenos como mayor valor de inversión, no como pasivo, sino que como una contra cuenta del rubro inversiones; por lo que ambos conceptos son conocidos y aceptados, no obstante, la discusión apunta al concepto mismo de pasivo intangible, lo que claramente fue respondido con una abstención de opinión, refrendada en la pregunta cuatro. Lo anterior, indica tendencia a homologar el concepto pasivo de la normativa al de pasivo intangible.

La respuesta a la segunda pregunta, señala una leve tendencia a la discusión del rol social de la empresa y su mala gestión interna, como un pasivo a considerar.

PREGUNTA N° 5

Al ser consultados los académicos respecto de los elementos que a su juicio componen el pasivo intangible, las alternativas fueron catorce, que buscaban reflejar la incorporación de elementos de una mala gestión como un pasivo de la empresa, las respuestas y porcentajes se encuentran reflejadas en el Gráfico N° 5:

Gráfico N° 5: Respuestas pregunta N° 5



Moda = alternativas 1 y 14 con 20,00%

La gráfica indica la aceptación de la alternativa 1 como pasivo intangible, lo que confirma la respuesta de la pregunta anterior, porque es un tema tratado por la normativa; además, se observa una tendencia a considerar el pésimo clima laboral y la ineficacia técnica de los empleados como un pasivo no monetario, que debe ser discutido en mayor profundidad.

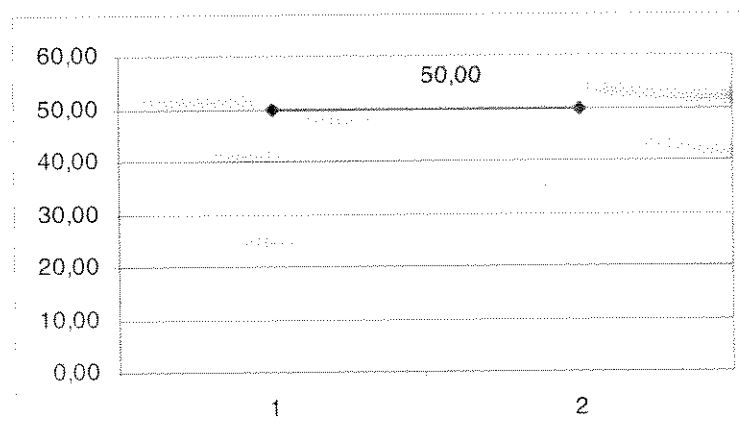
Por otra parte, la incorporación de otros elementos como un pasivo intangible (alternativas 2, 3, 5, 6 y 9), refleja la tendencia moderada de considerar los resultados de una mala gestión como un pasivo no monetario, considerando más que los efectos financieros que ello implica, a la carga que representa para la entidad el no optimizar sus recursos, por ejemplo, con decisiones desacertadas o una mala administración.

La alternativa 14 "otros" tiene un desglose, donde se manifiesta una abstención de opinar por no reconocer su existencia, otra por no estar de acuerdo con los principios contables, sin embargo, una respuesta considera la irresponsabilidad ambiental como pasivo intangible.

PREGUNTA N° 6

Al ser consultados los facultativos respecto de si la falta de conocimiento e ineficacia técnica de los empleados se pueden considerar pasivo intangible, sus respuestas en porcentaje fueron las siguientes (Gráfico N° 6):

Gráfico N° 6: Respuestas pregunta N° 6



Moda = alternativas 1 y 2 con 50,00%

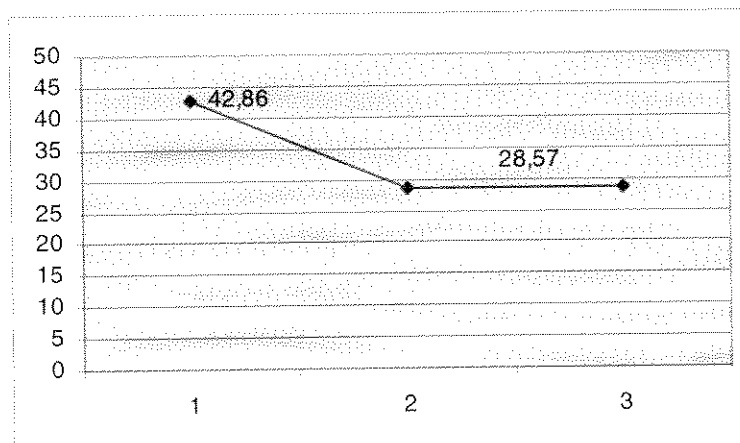
Tal como se aprecia, las opiniones se encuentran divididas, algunas por considerar que se pueden considerar como pasivo intangible. Otras respuestas fueron NO, según lo conversado con los académicos, por dos razones, unas por no contar con las herramientas para su determinación valórica y otras porque no se ajustan a los principios contables.

Según lo conversado con los académicos, una parte de las repuesta NO fue por estar de acuerdo en considerarlas como pasivo intangible, pero la falta de una herramienta técnica los inclinó a no incorporarlas, o sea, existe apertura a discutir el tema.

PREGUNTA N° 7

Al ser consultados los facultativos respecto del concepto de Capital Intangible, tenían tres alternativas de respuesta, las que se observan en el Gráfico N° 7, según porcentajes que se indican:

Gráfico N° 7: Respuestas pregunta N° 7



Moda = alternativa 1 con 42,86%

En cuanto al concepto de Capital Intangible la tendencia observada es a homologar la ecuación contable financiera a una intangible equivalente, es decir una ecuación no monetaria, donde se entiende que los componentes activo intangible menos pasivo intangible corresponde al capital intangible de una entidad.

Otra observación que se puede rescatar es la respuesta de la alternativa N° 2, donde, el valor presente o futuro de una entidad corresponde al efecto de procesos humanos y organizativos bien realizados, generando un conocimiento propio de la entidad, que le otorga un valor agregado.

Sin embargo, y como era posible marcar más de una alternativa, existe una opinión que está de acuerdo con ambos conceptos, lo que es preciso dejar de manifiesto.

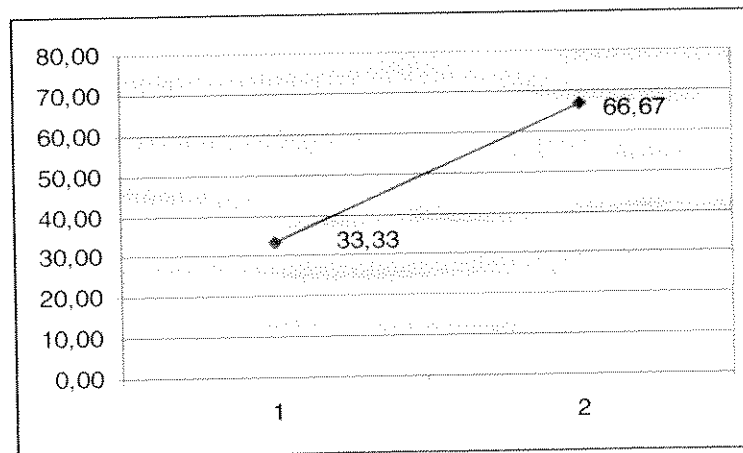
Además, la respuesta "Otros", cuenta con una apertura de opinión, una de oposición a este concepto por no corresponder a un principio contable y otra de estar de acuerdo en términos generales con la existencia del concepto, pero como "un cúmulo de recursos, en que no se aplica textualmente la ecuación contable". Esta última respuesta se ha de entender como capital intangible de modo equivalente a decir activo intangible.

Es decir, de conformidad con las respuestas obtenidas, existe una mayoría que apoya el concepto de Capital Intangible, pero las características que reviste es el debate, ya que se reconoce su existencia pero su definición ha de discutirse.

PREGUNTA N° 8

Al ser consultados los académicos, en cuanto, a la utilización de los conceptos de activo intangible, pasivo intangible y capital intangible en las empresas chilenas, las respuestas porcentuales fueron las siguientes (Gráfico N° 8):

Gráfico N° 8: Respuestas pregunta N° 8



Moda = alternativas 2 con 66,67%

La respuesta de la primera alternativa es considerar como parte de la información relevante de una entidad, el llevar un control de este tipo, y tal como lo indica una de las respuestas, la normativa lo exige (circular N° 1501, Superintendencia de Valores y Seguros, Chile) en los casos en que los intangibles representen un porcentaje igual o superior al diez por ciento del rubro otros activos. Sin embargo, en cuanto a conocer casos específicos que tienen este tipo de control no se recuerda alguno en particular.

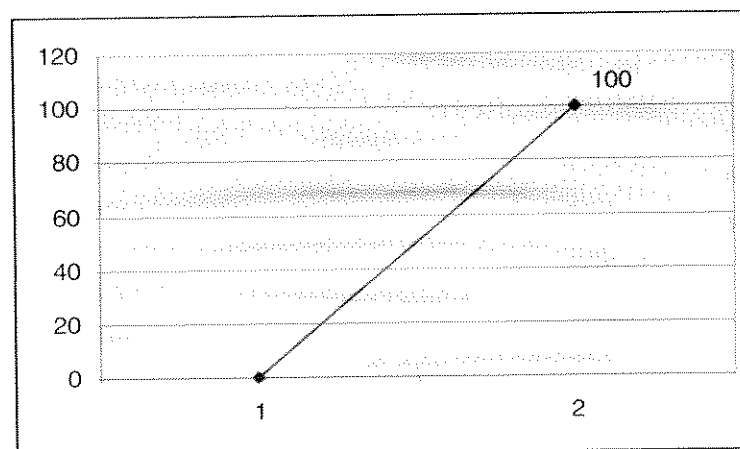
Respecto de la segunda alternativa, si bien concentra la mayoría de las preferencias, sus razones son diversas, una por no corresponder a un principio contable de aceptación general, y las otras por no considerarlas relevantes para la industria.

Las últimas opiniones están basadas en que la mayor parte de las empresas no son de un tamaño en que en control de los intangibles sea un factor importante a considerar.

PREGUNTA N° 9

Al ser los académicos requeridos, en cuanto, a conocer alguna empresa chilena que realice informes de intangibles, las respuestas fueron (Gráfico N° 9):

Gráfico N° 9: Respuestas pregunta N° 9



Moda = alternativa 2 con 100,00%

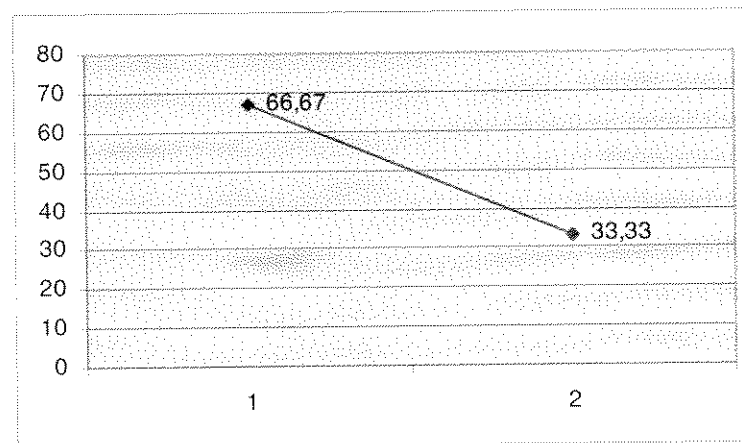
El universo de académicos opta por la respuesta NO, en su mayoría corresponde a respuestas por no recordar casos específicos, pero saben de algunas que los hacen, lo que concuerda con la pregunta anterior, en el sentido de que la mayor parte de las

entidades no utiliza esta información, y por ello se sabe que se hace pero no se recuerda un ejemplo.

PREGUNTA N° 10

Al ser consultarse a los académicos, por la importancia de valorar los intangibles para reflejar el valor real de la empresa, sus respuestas porcentuales fueron las siguientes (Gráfico N° 10):

Gráfico N° 10: Respuestas pregunta N° 10



Moda = alternativas 1 y 3 con 66,67%

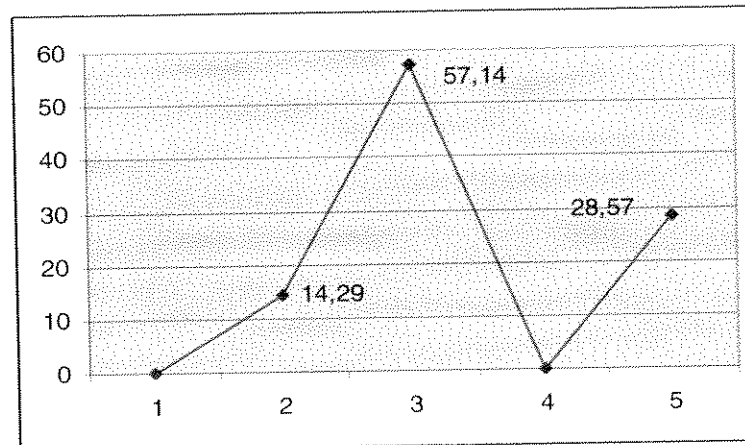
La tendencia de opinión a esta pregunta señala la importancia de valorar los intangibles no incluidos en el balance de la entidad. Las consideraciones tenidas en la respuesta de esta pregunta apuntan a la valoración de la empresa por otros agentes económicos, porque la demostración financiera tradicional ya no explica al cien por ciento la situación y posición de una entidad en el mercado o la percepción que de ella tiene la sociedad en su conjunto, dado que los intangibles representan un aspecto diferenciador entre empresas cuyo valor contable es similar.

La opción NO considera dos respuestas, que si bien en la forma coinciden en su opinión, en el fondo divergen por considerar una su no correspondencia con los principios contables y la otra por no existir la normativa y discusión técnica respectiva, por lo que se entiende de esta última aseveración la disposición a revisar el tema.

PREGUNTA N° 11

Ante la consulta respecto del tipo de documento considerado más adecuado para reflejar información de intangibles, las respuestas fueron (Gráfico N° 11):

Gráfico N° 11: Respuestas pregunta N° 11



Moda = alternativa 3 con 57,14%

La tendencia de respuestas a las alternativas de la pregunta, indican la mayoritaria inclinación a incorporar los intangibles no monetarios como un acápite de las Notas Explicativas a los estados financieros.

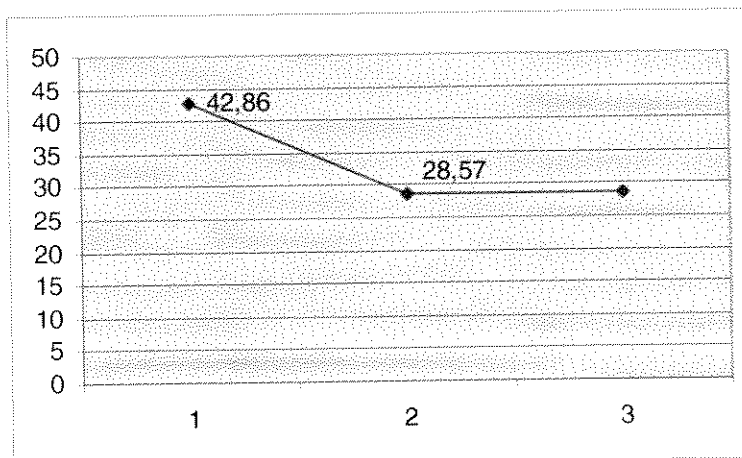
Asimismo, la alternativa 2 reconoce la posibilidad de hacer un informe adicional de intangibles, según lo conversado con los académicos, informarlos de modo separado y complementando los Estados Financieros.

De las respuestas "Otros" (alternativa 5), se puede abrir en dos tipos de fundamentos, una que indica una respuesta proclive a generar un estado especial o ad-hoc de intangibles para reflejar esta información; y otra que, se opone a todas las alternativas de reconocimiento.

PREGUNTA N° 12

Con respecto al método de valorización a utilizar para cuantificar los intangibles, las respuestas recolectadas son las siguientes (Gráfico N° 12):

Gráfico N° 12: Respuestas pregunta N° 12



Moda = alternativa 1 con 42,86%

La tendencia predominante es la alternativa 1, en que se ha de buscar algún modelo matemático o estadístico para cuantificar los intangibles, que a criterio de los académicos, ha de discutirse a futuro, para determinar dicho método y sus herramientas de medición, aplicándose mediante alguna fórmula.

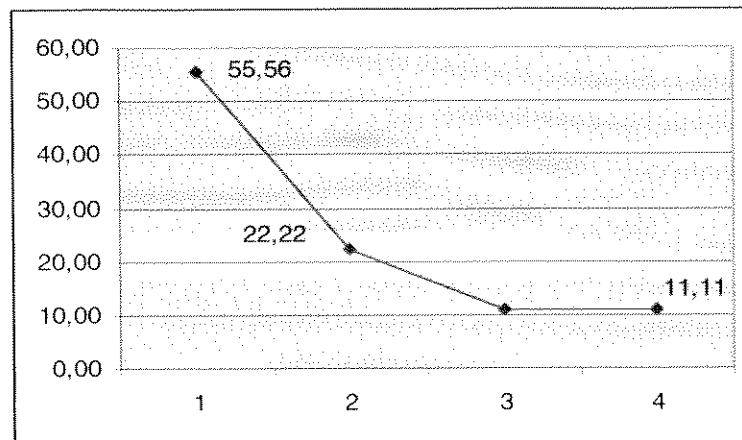
Además, también existen ponencias para determinar los valores intangibles no identificados por la simple diferencia entre valor contable versus el valor de mercado (alternativa 2), es decir, como la diferencia de valor entre los estados financieros contables y el de su posible realización.

Sin embargo, la alternativa 3 “Otro” tiene dos variantes, según lo fundamentado y conversado con los académicos, existe una de oposición a valorizar los intangibles no identificados por cuanto este procedimiento no corresponde a principios de contabilidad aceptados y otra que considera una posición mixta, donde ni siquiera es necesario mostrar todo expresado en moneda.

PREGUNTA N° 13

Los encargados de generar los informes de intangibles, que los académicos opinan, son los siguientes (Gráfico N° 13):

Gráfico N° 13: Respuestas pregunta N° 13



Moda = alternativa 1 con 55,56%

Las preferencias a que los informes sean realizados por algún departamento interno de la entidad, es la tendencia de opinión más relevante, sin embargo ha de aclararse que dentro de las respuestas obtenidas hay dos que opinan por más de una alternativa. Una de las opiniones señala que ha de ser un equipo que comprenda a los tres entes señalados, la otra señala a la administración con asesoría de expertos. Esto explica las respuestas marcadas en las alternativas N° 2 y N° 3 de la encuesta, es decir, son consideradas sólo para conformar grupos de trabajo con algún departamento de la empresa.

La repuesta a la alternativa N° 4 es concordante con las anteriores respuestas de oposición, por no considerar los activos intangibles no identificados como un aspecto a tratar ya que no corresponden a los principios de contabilidad.

PREGUNTA N° 14

Ésta era una pregunta abierta para recibir una opinión más detallada del tratamiento que los intangibles no identificados pudiesen tener. Al respecto, las opiniones fueron las que se sintetizan a continuación en cuatro posturas y que se explican por sí mismas:

- a. Dependiendo de qué recurso u obligación se trate, pueden usarse distintas alternativas de valuación, siempre en parejas de cuentas si se quiere registrar, pero

solo ser expuestas en informes adicionales, es decir, en general se ha de especificar e informar en Notas Explicativas.

- b. Debe considerarse su correcta valorización. Además, su tratamiento debería ser similar a los intangibles tradicionales, excepto que no han de ser amortizados en el tiempo.
- c. Si no se pueden identificar, es difícil medir.
- d. Su tratamiento no es factible ya que no corresponden a principios de contabilidad generalmente aceptados, por otro lado, al no corresponder a valores que hayan significado un desembolso efectivo no pueden ser manejados o administrados por la entidad porque no se tiene la propiedad o derechos sobre ellos, esto a pesar de que se reconoce la existencia de un capital intelectual, pero no perteneciente a la empresa, sino que al individuo que la posee, al cual se le retribuye con remuneraciones su desempeño y contribución al resultado de la empresa; tampoco es algo que se arriende, a menos que se considere arriendo a la remuneración pagada al personal contratado, y este caso constituye gasto del período.

Con respecto a la última aseveración, se ha de tener en cuenta su relevancia al momento de determinar los intangibles no identificados, considerando la volatilidad que ellos puedan tener, ya que no se tiene dominio de ellos, dado que es algo que está en el colectivo de la entidad pero no pertenece a alguien en particular.

Finalmente, en base a los antecedentes recolectados de opiniones de los académicos, se puede inferir que los activos intangibles van más allá de los tratados por la normativa, sino que comprenden otros elementos como el conocimiento y las relaciones con los clientes. Por otro lado, no es clara la existencia de un pasivo intangible, excepto el fondo de comercio negativo (menor valor de inversión) y una leve consideración al rol social de la empresa tanto en su aporte al clima laboral como a la responsabilidad con el medio ambiente. Por último, la tendencia de opinión respecto del concepto de Capital intangible de una entidad, aprecia factible la utilización de una ecuación de intangibles homóloga a la financiera, sin embargo como no es clara la aceptación del Pasivo Intangible, esta

ecuación se reduce a Capital Intangible = Activo Intangible, dada la inmaterialidad del Pasivo Intangible.

2 *Literatura especializada*

De acuerdo a la bibliografía tratada, se puede decir que el aprendizaje organizativo, la Gestión del Conocimiento y la Medición del Capital Intelectual son conceptos relacionados y complementarios. En pocas palabras, el aprendizaje organizativo es la base de una buena Gestión del Conocimiento, y la Gestión del Conocimiento es la base para la generación de Capital Intelectual y capacidades organizativas.

Un sistema de Capital Intelectual es, en sí mismo, un recurso intangible de la organización. Así, un sistema de Capital Intelectual pasa a formar parte del Capital Intelectual de la compañía y cuanto mejor lo utilice, más Capital Intelectual se creará. Crear un sistema de Capital Intelectual llega a ser una actividad semi-circular

Las competencias distintivas de una empresa pueden definirse como los activos estratégicos intangibles de que goza, siempre que cumplan las propiedades establecidas en la literatura.

La importancia que adquiere el capital intelectual en la empresa, requiere de modelos que permitan medirlo para poder realizar una gestión adecuada de los flujos que transforman el capital intelectual.

En los modelos de medición de capital intelectual se realiza una consideración conjunta de los stocks y flujos de Capital Intelectual, pero no lo exime de la dificultad en su validación empírica. Cabe destacar que el tema de la medición de capital intelectual es algo que requiere de mucha experiencia y abundante análisis teórico.

La Norma Internacional de contabilidad (NIC) N° 38, habla de los activos intangibles y que deben de ser reconocidos al costo siempre y cuando sea probable que los beneficios económicos atribuidos a él lleguen a la empresa y si el costo del activo es medido fiablemente. En la NIC se especifican que todos los costos de investigación deben de ser reconocidos como gastos.

El valor de las empresas en la actualidad, tanto en el sector industrial como en el de comercio o servicios, no reside solamente en sus instalaciones, maquinaria o edificios, sino en aspectos inmateriales como la capacidad de desarrollar relaciones estables con sus clientes y conseguir su fidelidad, su capacidad para innovar e introducir nuevos productos o servicios al mercado, o la competencia técnica y motivación de su personal. Por ello, es que se puede afirmar que el valor de las empresas en la actualidad viene dado por el conjunto de sus activos tangibles y el de sus intangibles.

Hay algunos intangibles en que se puede negociar los derechos tales como las marcas, patentes, derechos de autor, pero hay otros como el crédito comercial adquirido que es inseparable de la entidad que lo origino.

En los activos intangibles, reside la capacidad de la empresa para generar correlaciones y, a partir de ellas, mejorar su posición competitiva. Según diferentes autores los activos intangibles pueden ser clasificados principalmente, en recursos humanos (conocimientos y habilidades de los empleados) y de estructura, bien sea interna (métodos y procedimientos de trabajo, análisis de la cadena de valor) o externa (marcas, prestigio e imagen de la empresa).

En relación a los activos intangibles, es importante destacar la diversidad de definiciones y valoraciones dentro de las normas contables. No todas consideran los mismos elementos. Así mientras las normas chilenas e internacionales de contabilidad establecen las características que deben tener estos activos, es decir, que sean identificables, controlables y que generen beneficios futuros, la normativa española considera todos aquellos que estén constituidos por derechos susceptibles de valoración económica sin hacer hincapié en el control como tampoco en la asociación que debe de existir con los beneficios futuros.

En cuanto al reconocimiento y valoración de estos activos, conviene resaltar que todas las normas establecen una diferencia entre los adquiridos y los generados internamente. En los primeros, todas están de acuerdo en que se han de valorar al precio de adquisición sin embargo, cuando se refieren a activos adquiridos como parte de una empresa, el IASC admite su valoración al valor razonable, que coincide con su valor de mercado, si este

existe. En los segundos, se aprecia que no existe un criterio definido y homogéneo para su valoración.

Es importante indicar que la mayoría de los elementos del capital relacional y del capital humano aceptados como activos en el ámbito de la Gestión de empresas, siendo factores determinantes en la creación de beneficios y origen de ventajas competitivas para las empresas, en la normativa contable aparecen como gastos y no como activos. Así, por ejemplo, en la NIC N° 38 se considera de forma específica que la lista de clientes, las habilidades gerenciales, las relaciones con clientes y otros, al no cumplir el requisito de control, no satisfacen la definición de activos y, por tanto, deben registrarse como gasto, cuando se incurre en ellos, no figurando en el activo en el balance.

Lo anteriormente mencionado, puede ser debido a la prioridad que las normas contables dan al principio prudencial lo cual supone, en parte, que se observe una diferencia significativa entre los valores contables y los valores de mercado de los Balances Financieros.

Después del estudio realizado, se puede afirmar que, en la medida en que el modelo contable actual no permite reflejar apropiadamente en los estados financieros el valor de los intangibles, los gerentes de las sociedades deben proporcionar a los inversionistas, información adicional a la facilitada por las normas contables, con el objetivo de permitirles conocer la verdadera situación patrimonial de la entidad y estimar adecuadamente su valor.

La economía mundial se dirige hacia un nuevo modelo económico basado en el conocimiento en el que éste tiene un claro valor diferenciador aportando ventajas competitivas gracias a su gestión.

El capital intelectual se refiere a activos intangibles considerados desde una perspectiva estratégica y global, mientras que la gestión del conocimiento se refiere a los componentes de los activos intangibles desde una perspectiva táctica y operacional.

La innovación y el aprendizaje organizacional son elementos claves para aumentar el capital intelectual, respaldándose en las tecnologías de la información, las comunicaciones y en las personas de la entidad.

La ciencia contable es una poderosa ciencia fundamentada en el estudio de hacer funcionar las organizaciones ya que no se pueden tener ventajas competitivas en las empresas sin ella, por que esta utiliza variados instrumentos.

El fundamento de la contabilidad del conocimiento permite explicar, interpretar y/o comprender procesos cognitivos que materializan el conocimiento de las empresas, lo que hace de ella un sistema verdaderamente complejo y como tal no escapa a una descripción completa y detallada que es difícil de elaborar por la necesidad de tener en cuenta los numerosos aspectos del comportamiento (real o potencial) de un sistema de conocimiento, pero que es posible describirla de una forma jerárquica, ya que se puede describir o medir en un sistema cognitivo mediante una familia de submodelos, cada uno de estos se ocupa de su comportamiento mirado desde un nivel de abstracción distinto, entonces para cada nivel existe un conjunto de rasgos, variables, leyes y principios pertinente mediante el cual se describirá o medirá el sistema cognitivo en cuestión; y que para dicha jerarquía sea efectiva es necesario que esta descripción corresponda a un nivel independiente de los demás niveles dando lugar a un sistema estratificado o medición estratificada, llamando estratos a los niveles de abstracción que entran en la medición permitiendo describir matricialmente el conocimiento en general; fundamentando así proyectos que buscan medir conocimiento en forma intangible o de capital intelectual.

La dificultad inherente de valorar los activos intangibles, conlleva dosis de subjetividad muy importante, aspecto crucial pero no abordado definitivamente por las diversas normativas. Prueba palpable de ello es la continua revisión a la que se ven sometidos por las normativas tales criterios. Este efecto está asociado, sin duda alguna, a la marcha de las empresas y, por tanto, a la economía en general.

La discusión del capital intangible está enfocada, principalmente, en el débito, en su consideración de recursos intangibles y la dirección de esta clase de recursos por las organizaciones. Pero si existen los recursos intangibles, éstos también deben tener su

contrapuesto en la organización, que son las obligaciones intangibles. Es decir se debe equilibrar los capitales intelectuales en los libros contables.

La gestión del capital intelectual o intangible no consiste meramente en identificar y sumar los recursos intangibles de la organización. El enfoque estratégico de una organización debe cambiar aumentando y desarrollando los activos intangibles pertinentes, así como reconociendo el impacto de los pasivos intangibles.

Finalmente, tanto a nivel contable como estratégico, se aprecia la necesidad de introducir un nuevo concepto en el estudio del capital intangible: los pasivos intangibles. Es necesaria una redefinición del concepto de capital intangible, donde basándose, por un lado en lo conocido en la contabilidad clásica y por otro, en los desarrollos más avanzados sobre los activos intangibles, se consideren los pasivos intangibles desde la óptica de su identificación, medición y gestión, haciendo hincapié en su participación de la destrucción de ventajas competitivas.

3 *Discusión de tendencias de opinión*

En relación con las tendencias de opinión de las cuales se nutre esta tesis, se ha de considerar las convergencias y divergencias de las mismas para inferir una generalización de opinión.

Las dos ponencias consideran los activos intangibles como aquello que le otorga valor agregado a la gestión empresarial, a partir de la gestión de sus recursos, considerando para ello los tratados por la normativa e incorporando todos los pertenecientes a la gestión del conocimiento, aunque esto último no es tan claro entre los académicos, sin embargo se coincide en la visión estratégica, que la buena administración de ellos puede lograr, impactando directamente en los resultados e incrementando la apreciación que de la entidad hacen otros entes económicos.

En cuanto a los pasivos intangibles, la tendencia literaria es a considerar la entidad como un organismo vivo dentro de la sociedad y por tanto debe ser responsable de su actuar, generándole obligaciones con su entorno, asimismo, considera los desaciertos decisionales y otras variables que surgen de un deficiente quehacer de la entidad tanto en

su administración como con el medio, un peso que debe soportar y por lo tanto generar un pasivo intangible. En cambio, la visión académica no es fuerte en cuanto a la existencia de los pasivos intangibles, considerándolos casi nulos. Ambas corrientes de opinión coinciden en cuanto a la existencia de los Fondos de Comercio negativo, que de acuerdo a la normativa chilena se deducen de la cuenta de activo Inversiones.

También se aprecia una diferencia normativa, mientras unas reconocen los intangibles sin la necesidad de control, otras claramente lo indican, por lo que a este nivel también se debe tener cuidado, ya que se puede establecer con este simple hecho diversas tendencias en cuanto a la norma, obviamente esto repercute en el tratamiento que se pueda hacer de los intangibles.

Ambas posturas coinciden en la dificultad de medición empírica de los intangibles, a pesar de su necesidad para determinar el verdadero valor de las entidades, y que en algunos casos se ha de emitir informes adicionales a los inversionistas.

Cabe recordar el reconocimiento de los autores sobre la dificultad de conceptualizar los intangibles, dada su inmaterialidad y dificultades técnicas, lo que influye en las tendencias de opinión de diferentes entes, no obstante ser reconocida su existencia.

En síntesis, las conceptualizaciones generales de ambas opiniones difieren, ya que una establece una equivalencia entre activo intangible y capital intangible; y la otra plantea la necesidad clara de realizar un balance de intangibles, deduciendo de los activos intangibles los pasivos intangibles para establecer una nueva definición de Capital Intangible.

CONCLUSIONES

La propia naturaleza del capital intelectual como Activo Intangible, tiene mayor facilidad para convertirse en activo estratégico; y por eso su intensidad en conocimiento le otorga una serie de condiciones idóneas para convertirse en un activo escaso y valioso, difícilmente imitable por terceros, facilitando la generación de utilidades financieras.

Esto hace que las empresas en este aspecto, enfoquen su objetivo en realizar un seguimiento del capital intelectual dentro de la organización; logrando así un mejoramiento de la gestión y por ende una alta competitividad en el entorno.

La mayor parte de los autores coincide en identificar directamente el concepto capital intelectual con los activos intangibles de la entidad. Por ello, equiparar el Capital Intelectual de una empresa, tan sólo, a sus Activos Intangibles es una imprecisión que debe ser subsanada en aras a una mayor corrección conceptual. Si bien se puede argumentar que dentro de los Activos Intangibles se encuentran implícitos los elementos negativos con los que cuenta una empresa, pero, con el fin de clarificar este concepto, no sólo desde el punto de vista doctrinal, sino también desde el punto de vista de la gestión, dirección y desarrollo de los intangibles empresariales, se propone una distinción y separación entre lo "bueno" y lo "malo" de los intangibles de la empresa. La no aceptación de esta propuesta podría llevar a la consideración de un balance contable con una única columna, sin Activo y sin Pasivo, porque en dicha columna estarían los saldos de las distintas partidas contables. Sin embargo, para ser fieles al concepto contable, se propone que el capital intelectual sea equivalente a decir capital intangible por lo que se ha de calcular como la diferencia entre los activos intangibles de que dispone y los pasivos intangibles que debe soportar.

De este modo, se podrá elaborar un Balance Intelectual o de Intangibles, en el que por cada tipo de capital considerado, aparezcan sus Activos Intangibles, en el Activo, y sus Pasivos Intangibles, en el Pasivo. Así, si los Activos Intangibles son superiores a los Pasivos Intangibles, el Capital Intelectual será positivo e irá, para equilibrar las partidas, en el Pasivo del Balance. Si por el contrario, los Pasivos Intangibles superan a los Activos Intangibles, la empresa tendrá un Capital Intelectual negativo y deberá situarse en el

Activo del Balance. De este modo, el balance intelectual facilitará la determinación del verdadero valor de la empresa.

Lo anterior se resume en la expresión:

$$\text{Capital Intelectual} = \text{Activos intangibles} - \text{Pasivos intangibles}$$

Donde, el Capital Intangible de una entidad se ha de entender como el conjunto de competencias básicas distintivas de carácter intangible que permiten crear y sostener la ventaja competitiva.

Con el fin de hacer operativa esta fórmula, se propone, a partir de múltiples modelos para la medición de Capital Intelectual ya definidos, donde el Capital humano, Capital estructural y Capital relacional son la base, incorporar el capital de innovación y de aprendizaje, en el cual se acojan los factores relacionados con la creatividad y los esfuerzo de Investigación y Desarrollo.

De este modo, se puede esbozar un modelo de medición que cuente con capitales: humano, organizativo, tecnológico, relacional de negocio y contextual. En que el Capital humano esté configurado por: Actitudes, Formación y Competencias. El Capital organizativo esté conformado por: Cultura organizativa, Estructura organizativa, Aprendizaje organizativo y Procesos organizativos. El Capital tecnológico esté compuesto por: Dotación tecnológica orientada a la operativa interna y Dotación tecnológica orientada a funciones comerciales. El Capital relacional de negocio contenga: las Relaciones con los clientes, las Relaciones con los proveedores, las Relaciones con los aliados (industrias complementarias o relacionadas) y Relaciones con los competidores. Y por último, que el Capital contextual se descomponga en: Reputación e imagen corporativa, Responsabilidad social corporativa, Conservación del medio ambiente y Ubicación Física.

Para ello se deben establecer indicadores, que sean bivalentes, es decir, que se defina si se tiene o no, por ejemplo, respeto por el medio ambiente o disponer de instalaciones adecuadas para la circulación de personas minusválidas, en cuyo caso y dependiendo de la respuesta, se deberá clasificar como activo intangible si es que se tiene o bien como

pasivo intangible si se carece de ellas. Sin embargo, se deja planteada esta iniciativa, por no pertenecer al objeto en estudio.

En síntesis, con el doble objetivo de ser más fieles al concepto contable de Capital, y de facilitar la dirección y desarrollo de los intangibles de una empresa, se ha propuesto con base en las tendencias de opinión de académicos y autores, una definición de Capital Intelectual partiendo de la diferencia entre Activos Intangibles y Pasivos Intangibles. También se ha hecho un esbozo para clasificar en unos u otros los intangibles organizacionales, para lo cual se hace necesario, previamente, identificar cuáles son éstos y aquellos, lo que permitirá a las entidades potenciar al máximo sus Activos intangibles y reducir al mínimo, o transformar en Activos, sus posibles Pasivos Intangibles.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

Libros

- [1] Andriessen, D.; Tissen, R. **Weightless wealth**. Prentice Hall. Inglaterra. 2000.
- [2] Argyris, C. **Conocimiento para la acción**. Ediciones Granica. España. 1993.
- [3] Accounting Standard Board (ASB) Discussion Paper. **Goodwill and intangible assets**. 1993.
- [4] Brooking, A. **El Capital Intelectual. El principal activo de las empresas del tercer milenio**. Editorial Paidós. España. 1997.
- [5] Bueno, E. **Gestión del Conocimiento: desarrollos teóricos y aplicaciones**. Ediciones la Coria. España. 2002.
- [6] Certo, S. 2001. **Administración moderna**. Pearson Educación de Colombia Ltda. Colombia. Pp. 599.
- [7] Colegio de Contadores de Chile A.G. **Compendio de Boletines Técnicos**. Boletines Técnicos N° 1, 28, 55, 72: Contabilización de Activos Intangibles. Chile.
- [8] Condillac, E. **Le commerce et le gouvernement considérés relativement l'un à l'autre**. 1ª parte. cap.1. 1776. En: Pourbaix. C. Valoración de Empresas. Criterios y Medidas. Ibérico Europea de Ediciones. S.A. España. 1971. p. 23.
- [9] Davenport, T.; Prusak. L. **Working Knowledge: How Organizations Manage what they know**. Harvard Business School Press. USA. 1998.
- [10] De Torres, M. **Valores Ocultos en las Cuentas Anuales. La fiabilidad de la información contable**. Civitas Ediciones S.L. España. 2002. pp. 21-27
- [11] Drucker, P. **La ciencia de la Gerencia**. Editorial Sudamericana. Argentina. 1970. pp. 23-24
- [12] Edvinsson, L.; Malone M. **Intellectual Capital. Realizing your company's true value by finding its hidden brainpower**. Harper Collins Publishers. Inc.. USA. 1997.
- [13] Grant, R. **Contemporary Strategy Analysis**. Blackwell Publishers Ltd. Inglaterra. 1998.
- [14] Instituto Universitario Euroforum Escorial (IUEE). **Medición del Capital Intelectual. Modelo Intellect**. España. 1998.
- [15] Itami, H. **Mobilizing Invisible Assets**. Harvard University Press. USA. 1987.
- [16] Johansen, O. **Introducción a la teoría general de sistemas**. Editorial Limusa. México. 2004.
- [17] Kaplan, R.; Norton, D. **Cuadro de Mando Integral**. Gestión 2000. España. 1997.

- [18] Koontz, H.; Weihrich, H. **Administración. Una perspectiva global.** Mc Graw Hill Interamericana Editores S.A. México. 1998. p.471
- [19] Marx, C. **El Capital.** Fondo de Cultura Económica México. En: Pourbaix, C. Valoración de Empresas. Criterios y Medidas. Ibérico Europea de Ediciones. S.A. España. 1971. p. 22.
- [20] Muñoz, B.; Riverola, J. **Gestión del Conocimiento.** Biblioteca IESE de Gestión de Empresas. Universidad de Navarra. España. 1997.
- [21] Nonaka, I.; Takeuchi, H. **The Knowledge-Creating Company.** Oxford University Press. USA. 1995.
- [22] Plan General Contable (PGC). Editorial Civitas S.L. España. 1991.
- [23] Porter, M. **La ventaja competitiva de las naciones.** Editorial Plaza y Janes. España. 1991.
- [24] Pourbaix, C. **Valoración de Empresas. Criterios y Medidas.** Ibérico Europea de Ediciones. S.A. España. 1971. p. 23.
- [25] Quinn, J. **Intelligent Enterprise: A Knowledge and Service Based Paradigm for Industry.** The Free Press. USA. 1992.
- [26] Real Academia de la Lengua Española. **Diccionario de la lengua Española.** Espasa Calpe S.A. Argentina. 2001. Tomo 1.
- [27] Roos, J.; et al. **Capital intelectual.** Editorial Paidós. España. 1997.
- [28] Saint-Onge, H. **Canadian Imperial Bank.** 1996. En: Instituto Universitario Euroforum Escorial (IUEE). Medición del Capital Intelectual. Modelo Intelect. España. 1998.
- [29] Senge, P. **La quinta disciplina: el arte y la práctica de la organización que aprende.** Doubleday Plub. USA. 1990.
- [30] Smith, A. **La riqueza de las naciones.** Editorial Aguilar. España. 1776. En: Pourbaix, C. Valoración de Empresas. Criterios y Medidas. Ibérico Europea de Ediciones. S.A. España. 1971. pp. 21, 40.
- [31] Valmayor, L.; Cuadrado, A. **Metodología de la Investigación Contable.** Mc Graw-Hill. España. 1999. pp. 110, 111, 147, 252.
- [32] Von Bertalanffy, L. **Teoría General De Los Sistemas. Fundamentos, desarrollo y aplicaciones.** Fondo de Cultura Económica. México. 1988. pp 311

Revistas

- [33] Amit, R.; Schoemaker, P. **Strategic assets and organizational rent.** Strategic Management Journal. vol. 14. 1993. pp. 33-46.

- [34] Barney, J. **Firm Resources and Sustained Competitive Advantage.** Journal of Management. vol. 17. Enero. 1991. pp. 99 -120.
- [35] Barney, J. **How a Firm's Capabilities Affect Boundary Decisions.** Sloan Management Review. Primavera. 1999. pp. 137-145.
- [36] Bontis, N. **Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models.** Management Decisión. 1998. pp. 67-76.
- [37] Caddy, I. **Intellectual capital: recognizing both assets and liabilities.** Journal of Intellectual Capital. vol. 2. nº 1. 2000. pp. 129-46.
- [38] Davis, K. **Five propositions for Social Responsibility.** Business Horizons. Junio. 1975. pp. 9-24
- [39] Drucker, P. **The age of Social Transformation.** The Atlantic Monthly. Noviembre. 1994. pp. 53-80
- [40] Edvinsson, L. **Developing intellectual capital at Skandia.** Long Range Planning. vol. 30. nº 3. 1997.
- [41] Garvin, D. **Building a Learning Organization.** Harvard Business Review 74 N° 4 Julio. 1993. p.78
- [42] Grant, R. **The resource-based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy formulation.** California Management Review. nº 33. 1991. pp. 114-135.
- [43] Grant, R. **Propering in Dynamically – Competitive environments: Organizational Capability as Knowledge Integration.** Organization Science. vol 7. nº 4. 1996. pp. 375- 387
- [44] Hamel, G.; Prahalad, C. **The Core Competence of the Organization.** Harvard Business Review. Mayo-Junio. 1990. pp.79-91.
- [45] Harvey, M.; Lusch. R. **Balancing the intellectual capital books: intangible liabilities.** European Management Journal. vol. 17. nº. 1. Febrero. 1999. pp. 85-92.
- [46] Kogut, B.; Zander, U. **Knowledge of the Firm. Combine Capabilities, and the Replication of Technology.** Organization Science. vol. 3 (3). 1992. pp. 383-397.
- [47] Porter, M. **How competitive forces shape strategy.** Harvard business Review. 1979. pp. 86-93
- [48] Roos, J. **Exploring the Concept of Intellectual Capital (IC).** Long Range Planning. vol 31. nº 1. 1998.
- [49] Spender, J. **Making knowledge, collective practice and Penrose rents.** International Business Review. vol. 3. 1996.

- [50] Starkey, K. **What can we learn from Learning Organization**. Human Relations 51 N° 4. Abril. 1998. pp. 531-546
- [51] Sveiby, K. **The Intangible Assets Monitor**. Journal of Human Resource Costing and Accounting. vol. 2 (1). 1997. pp. 73-97
- [52] Sveiby, K. **Intellectual capital: thinking ahead**. Australian Accountant. vol. 68 n° 5. 1998. pp. 18-22.
- [53] Teece, D. **Capturing Value from Knowledge Assets: The New Economy. Markets for Know-How, and Intangible Assets**. California Management Review. vol. 40 (3). Primavera. 1998. pp. 55-79.
- [54] Wiig, K. **Integrating intellectual capital and knowledge management**. Long Range Planning. vol. 30. n° 3. Junio. 1997. pp. 399-405

Internet

- [55] Andreu, R.; Sieber, S. 2000. **La Gestión Integral del Conocimiento y del Aprendizaje**. Instituto de Estudios Superiores de la Empresa (IESE). España. www.cema.edu.ar/~jm/Clase_4/Gestion_integral_del_conocimiento.doc (visita: 30/06/2005)
- [56] Club de Gestión del Conocimiento y la Innovación de la Comunidad Valenciana. 1999. **Modelo Nova**. www.gestiondelconocimiento/modelo_valencia.htm (visita: 29/09/2004)
- [57] García, M; et al. 2004. **Intangibles: Activos y Pasivos** www.intangiblecapital.org/Recursos/Articulos/N0/0021-Intangibles_Activos_y_Pasivos-Mercedes_Garcia-Pep_Simo-Joan_Mundet-Jordi_Guzman.pdf (visita: 30/06/2005)
- [58] International Accounting Standard Comite. IASC 38 **Activos intangibles**. <http://www.ain.gub.uy/docs/nics/NIC%2038.htm> (visita 29/09/2004)
- [59] Petrash. G. 1996. **Appreciating Intellectual Capital**. www.setupray.com/future/intellectualcapital.pdf (visita: 25/04/2005)

Tesis

- [60] Contreras, G.; Silva, J. **Valorización del Capital Intelectual de una Sociedad Anónima Abierta utilizando la Técnica Delphi**. Tesis para optar al título de Contador Publico Auditor y al Grado de Licenciado en Sistemas de Información Financiera y Control de Gestión. Universidad de Valparaíso. Chile. 2004.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Libros

- Cañibano, L. **Teoría actual de la Contabilidad**. Ediciones ICE. España. 1979.
- Grant, R. **Dirección Estratégica. Conceptos. Técnicas y Aplicaciones**. Civitas Ediciones S.L. España. 1997.
- Jericó, P. **Gestión del Talento**. Prentice Hall. España. 2001.
- Kapferer, J. **La Marca. Capital de la Empresa. Principios y control de su gestión**. Ediciones Deusto S.A. España. 1992.
- Lev. B. **Intangibles: Management. Measurement. and Reporting**. Brookings Institute. Inglaterra. 2001.
- Moulines, U.; Díez, J. **Fundamentos de filosofía de la ciencia**. Ariel. España. 1961.
- Porter, M. **Competitive Strategy**. Free Press. USA. 1982.
- Rosebuj, T. **La fiscalidad del capital intelectual**. Ediciones el Fisco. España. 2003.
- Sanjurjo, M.; Reinoso, M. **Guía de Valoración de Empresas**. Pearson Educación S.A. España. 2003.
- Sullivan, P. **Rentabilizar el capital intelectual**. Editorial Paidós. España. 1998.

Revistas

- Bontis. N.; Dragonetti. N. **The Knowledge Toolbox: A Review of the Tools Available to Measure and Manage Intangible Resources**. European Management Journal. vol 17. nº 4. 1999.
- Drucker, P. **The New Society of Organizations**. Harvard Business Review. Septiembre-Octubre. 1992.
- Lado, A.; et al. **A Competency-Based Model of Sustainable Competitive Advantage: Toward a Conceptual Integration**. Journal of Management. vol.18 (1). 1992.
- Prusak, L. **The Knowledge Advantage. Strategy & Leadership**. Marzo-Abril. 1996.
- Teece, D.; et al. **Dynamic Capabilities and Strategic Management**. Strategic Management Journal. vol. 18 (7). 1997.

ANEXO N° 1 – ENCUESTA DIRIGIDA A ACADÉMICOS DEL ÁREA CONTABILIDAD DE LA ESCUELA DE AUDITORÍA DE LA UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO

La presente encuesta forma parte del trabajo de tesis titulado: “Capital Intangible de una Entidad: Visión Actual desde un Punto de Vista Cognitivo”, su objetivo es discutir sobre los recursos y obligaciones Intangibles de una entidad, en especial aquellos no identificables, para proponer una definición del concepto Capital Intangible.

Solicito su cooperación al responder, recuerde que no existen preguntas con respuestas correctas o incorrectas, sólo interesa capturar su opinión sobre el tema.

Marque con una “X” la respuesta que más identifique su opinión.

1. Desde su punto de vista estaría de acuerdo en que ACTIVO INTANGIBLE es:

- 1. Aquellos recursos que han significado un desembolso real y que representan efectivamente un potencial de servicio para la empresa, tales como patentes, franquicias, marcas, concesiones, bases de datos, licencias, etc.
- 2. Conocimientos, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con los clientes y destrezas profesionales que dan a una empresa una ventaja competitiva en el mercado.
- 3. Otro: _____

2. A su juicio el ACTIVO INTANGIBLE está compuesto por (marque todos los que usted crea necesario):

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> 1. Marcas | <input type="radio"/> 8. Capacidades técnicas de los empleados |
| <input type="radio"/> 2. Patentes | <input type="radio"/> 9. Liderazgo |
| <input type="radio"/> 3. Derechos de Llave | <input type="radio"/> 10. Habilidad para resolver problemas |
| <input type="radio"/> 4. Investigación y Desarrollo | <input type="radio"/> 11. Estructura financiera |
| <input type="radio"/> 5. Licencias | <input type="radio"/> 12. Bases de datos de clientes |
| <input type="radio"/> 6. Franquicias | <input type="radio"/> 13. Tecnología |
| <input type="radio"/> 7. Derechos de Diseño | <input type="radio"/> 14. Otros: _____ |

3. Cree usted que el conocimiento y las capacidades técnicas de los empleados se pueden valorar como ACTIVO INTANGIBLE:

1. Sí

2. No

4. Desde su punto de vista estaría de acuerdo en que PASIVO INTANGIBLE es:

1. La responsabilidad u obligación de la empresa para transferir recursos económicos o proporcionar servicio a otras entidades en el futuro.

2. La responsabilidad social de la entidad con su entorno. Decisiones humanas desacertadas, inteligencia mal utilizada o trabajo mal realizado.

3. El reflejo de una rentabilidad inferior, como el Fondo de Comercio negativo, que surge en adquisiciones de empresas cuyo costo de compra es menor que la participación del adquirente en los valores de los activos y pasivos identificables.

4. Otro: _____

5. A su juicio el PASIVO INTANGIBLE está compuesto por (Marque todos los que usted crea necesario):

1. Fondo Comercio Negativo

8. Ineficacia técnicas de los empleados

2. Pérdida de competitividad

9. Pérdida de Liderazgo

3. Decisiones desacertadas

10. Poca habilidad para resolver problemas

4. Vulnerabilidad al mercado

11. Falta de capacitación de los empleados

5. Desorganización laboral

12. Pérdida de clientes

6. Falta de innovación

13. Tecnología escasa

7. Pésimo clima laboral

14. Otros: _____

6. Cree usted que la falta de conocimiento e ineficacia técnica de los empleados se pueden valorar como PASIVO INTANGIBLE:

1. Sí

2. No

7. Desde su punto de vista estaría de acuerdo en que CAPITAL INTANGIBLE es:

1. Una aplicación a los intangibles de una entidad de la ecuación básica de contabilidad: $\text{Capital} = \text{Activos} - \text{Pasivos}$, es decir, $\text{Capital Intangible} = \text{Activos Intangibles} - \text{Pasivos Intangibles}$.

2. El valor presente o futuro de una entidad por intangibles humanos debido a decisiones, inteligencia y trabajo bien realizado. El conocimiento generado y las capacidades organizativas de una entidad.

3. Otro: _____

8. Cree usted que los conceptos de ACTIVO INTANGIBLE, PASIVO INTANGIBLE O CAPITAL INTANGIBLE señalados en los puntos anteriores, es(son) utilizado(s) en las empresas chilenas:

1. Sí, indique cuales _____

2. No

9. Conoce alguna empresa chilena que realice informes de ACTIVO INTANGIBLE, PASIVO INTANGIBLE O CAPITAL INTANGIBLE

1. Sí

2. No

Indique rubro a que pertenece la empresa: _____

10. Cree usted que en la economía actual es importante valorar ACTIVO, PASIVO Y CAPITAL INTANGIBLES no incluidos en el balance, para reflejar el valor real de la empresa:

1. Sí

2. No

En ambos casos, fundamente: _____

11. En qué tipo de documento considera conveniente reflejar información acerca de ACTIVO, PASIVO Y CAPITAL INTANGIBLES.

- 1. Balance
- 2. Informe Adicional
- 3. Notas Explicativas
- 4. Informe anexo en Memoria Anual
- 5. Otros: _____

12. Qué método de valorización utilizaría para cuantificar los intangibles (marque alternativa que usted considera más adecuada):

- 1. Método predeterminado (modelo matemático o estadístico)
- 2. Por simple diferencia (valor contable/valor mercado)
- 3. Otro: _____

13. Quién cree usted que debería elaborar el informe de Intangibles:

- 1. Departamento interno de la empresa
- 2. Consultores Externos
- 3. La alta dirección
- 4. Otros: _____

14. Según su experiencia, cuál debiera ser el tratamiento de los Intangibles (Recursos y Obligaciones) en una empresa, en especial los no identificables.
