

**UNIVERSIDAD MAYOR DE "SAN ANDRÉS"  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS  
CARRERA DE AUDITORIA**

**MAESTRÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA  
Y CONTROL FINANCIERO**



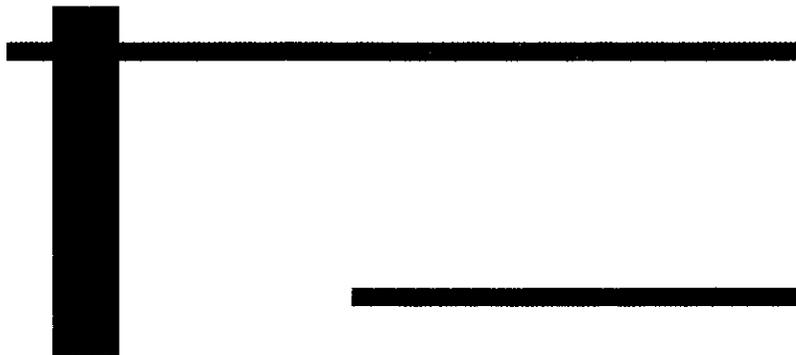
**INSUFICIENCIA DE LOS ESTADOS FINANCIEROS  
PARA LA TOMA DE DECISIONES EMPRESARIALES**

**POSTULANTE:**

**RUBÉN CENTELLAS ESPAÑA**

**LA PAZ – BOLIVIA  
2002**

**"SE PUEDEN ESGRIMIR ARGUMENTOS EN CONTRA  
DE LA INCLUSIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL EN  
LOS LIBROS DE LA EMPRESA, PERO NADA  
JUSTIFICA SU DESCONOCIMIENTO.  
EL PRECIO DE LA IGNORANCIA ES ENORME"**



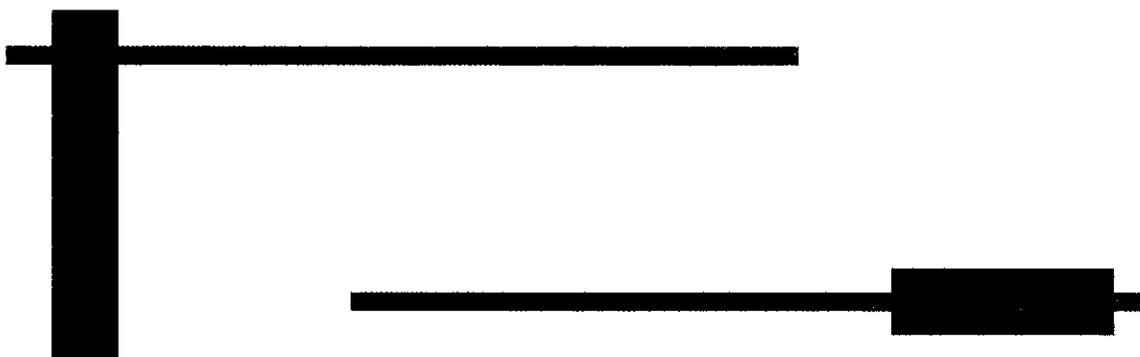
**ÍNDICE**



## ÍNDICE DE CONTENIDO

	<b>Página</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	1
<b>2. EL PROBLEMA, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	10
2.1. El Problema de Investigación	10
Planteamiento del Problema, Formulación del Problema, Sistematización del Problema	
2.2. Justificación de la Investigación	12
Justificación Teórica, Justificación Metodológica, Justificación Practica	
2.3. Hipótesis de Trabajo	13
2.4. Objetivos de la Investigación	13
Objetivo General, Objetivos Específicos	
<b>3. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN</b>	14
3.1. Tipo de Estudio	14
3.2. Método de Investigación	14
3.3. Fuentes y Técnicas Para la Recolección de Información	15
3.4. Tratamiento de la Información	15
<b>4. MARCO TEÓRICO</b>	16
4.1. Análisis histórico de la contabilidad	16
4.2. Características de la empresa actual	19
4.3. El sistema de información gerencial	22
La Calidad de la Información, La Utilidad de la Información, Utilidad de la Información Contable	
4.4. La contabilidad como sistema de información	31
4.5. Características de la Contabilidad	34
4.6. El capital intelectual y la contabilidad	47
4.7. Teoría del capital y la contabilidad	50
4.8. Diferencia entre los activos tangibles e intangibles	53
4.9. Revisión histórica de las herramientas de medición de capital intelectual	58

<b>5. MARCO PRACTICO</b>	62
5.1. Modelos para la medición del capital intelectual	62
5.2. Medición del Capital Intelectual: Navegador Skandia	75
5.3. Plataforma de Valor del Capital Intelectual	86
<b>6. CONCLUSIONES</b>	88
<b>7. RECOMENDACIONES</b>	91
<b>ANEXOS</b>	94
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	98



## **INTRODUCCIÓN**



# **INSUFICIENCIA DE LOS ESTADOS FINANCIEROS PARA LA TOMA DE DECISIONES EMPRESARIALES**

## **1. INTRODUCCIÓN**

En los últimos años las empresas han logrado cambios significativos, que se enfocaron a optimizar y a flexibilizar los sistemas, procedimientos y procesos productivos ya existentes. En la actualidad estamos viviendo una época de cambios importantes, constantes y diversos, donde la forma de hacer las cosas no es la misma de ayer y seguramente será diferente mañana.

Los cambios producidos en las empresas están referidos a los siguientes aspectos:

- El rápido desarrollo de las tecnologías de información
- La apertura de las fronteras hacia la economía global
- La competitividad
- La transformación del estado
- Y otros de características similares

Las empresas, en la actualidad, buscan en el tiempo su ventaja competitiva por lo que tienen que rediseñar sus estructuras administrativas para reducir y eliminar los retrasos, conectar todas las partes del sistema con base en el tiempo. Por primera vez, se invierte la secuencia del proceso administrativo tradicional, que diseñaba primero la estructura y después la estrategia, ahora se desarrolla primero una estrategia basada en el tiempo y, posteriormente, se diseña una estructura que soporte a dicha estrategia.

Esto implica organizar a la empresa para que no exista ninguna pérdida de tiempo durante el proceso de producción de bienes o servicios, es ahí donde empiezan los problemas del viejo paradigma: las empresas tradicionales no están estructuradas para ofrecer rapidez.

Los modelos tradicionales de administración seguidos por las empresas, están presentando grandes deficiencias para adaptarse a entornos altamente competidos, turbulentos y cambiantes. Se necesita evolucionar a modelos más dinámicos y flexibles capaces de asimilar los nuevos entornos empresariales y hacer más competitivas a las empresas.

En este marco de desarrollo de las empresas, la contabilidad juega un rol muy importante por cuanto es la encargada de proporcionar información para decidir, sin embargo, debemos preguntarnos: **¿la contabilidad financiera con sus normas actuales esta en condiciones de brindar información útil para la toma de decisiones?**

Los orígenes de la contabilidad se remontan, según los historiadores, a unos cuatro mil años antes de Cristo, en la época en que Mesopotamia estaba poblada por los Sumerios. El testimonio sobre el registro de cuentas se establece en el Código de Hamurabi, dos mil años antes de Cristo.

Las civilizaciones egipcia, griega, romana, incluida el imperio incaico, han dejado evidencias de sus correspondientes conocimientos contables.

Sin embargo, es en la edad media por la vigencia de mercaderes, especialmente en Italia, donde se perfecciona el sistema contable. En efecto en 1494, se publica la obra de Lucca Pacioli titulada "**Summa Aritmética, Geométrica, Proportioni, Propotionalita et Arte Maggiore**". En esta enciclopedia se dedica un capítulo, denominado: "Tractatus XI Particularis de Computis et Scripturis"<sup>1</sup>, al estudio de la contabilidad; las normas referentes a la partida doble recogidas en este texto, como el propio autor reconoce, no son originales, sino tomados de la práctica económica o del comercio observado por él. Sin embargo, este tratado se considera el primero en tratar temas contables.

## **FILOSOFÍA DE LA CONTABILIDAD**

Durante muchos años dos enfoques se relacionaron estrechamente con los objetivos y fines de la contabilidad, estas dos posturas extremas e irreconciliables; son el

---

1 CUADRADO A., VALMAYOR L.; "*Metodología de la Investigación Contable*". Mc Graw Hill, Mexico, 1999. Cita efectuada en este texto.

positivismo y el normativismo, siendo identificadas en términos generales con el método inductivo y deductivo, respectivamente.

**a. LA ESCUELA DE PENSAMIENTO POSITIVO**

La escuela de pensamiento positivo, en términos generales, enfoca la contabilidad de forma sistemática, sobre la base de una rigurosa lógica y correspondencia empírica, poniendo el énfasis en la neutralidad, o ausencia de juicios de valor en lo referente a los acontecimientos contables. De esta manera el análisis de los hechos es enteramente objetivo, en el sentido que cualquier persona utilizando los mismos datos y aplicando las mismas reglas lógicas lleguen a las mismas conclusiones, siendo las características principales de estos medios la: objetividad, relevancia, neutralidad, uniformidad, adaptación y fiabilidad.

Con base en esta concepción positivista se gestan los "Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados" (PCGA). No obstante, en la actualidad se concibe a los PCGA en función del paradigma de utilidad, en cuanto deben de satisfacer las necesidades que demandan los usuarios y no solamente porque ya se dan en la práctica, siendo desde esta perspectiva como los países llevan a cabo su normalización contable.

Esta corriente tiene como cualidad específica, y por ello la diferencia del positivismo clásico, el que toma en consideración al usuario de la información financiera, motivo éste que justifica su consideración como enfoque independiente.

En síntesis, y como característica más significativa de esta corriente podemos señalar las siguientes:

- ☑ Se basa en declaraciones de hecho, es decir, en descripciones, en un intento de establecer la relación causa-efecto propio de las ciencias puras. En este sentido pone un especial énfasis en la explicación y predicción como objetivos fundamentales de la teoría contable

- ☑ El camino metodológico que utiliza es el inductivo, para poder ir accediendo a niveles mayores de abstracción en la elaboración de la teoría general contable, sobre la base de la observación y todo ello debidamente contrastado.

“La regla contable ha de ser aceptada por adecuada, más que adecuada por ser aceptada”, sostiene esta teoría.

El positivismo requiere postulados ajenos a cualquier connotación subjetiva, factores psicológicos o determinación de objetivos o cualquier consideración ética.

En esencia, mantiene que el énfasis debe de ponerse en los “acontecimientos” en vez de en los juicios de valor, o cualquier criterio subjetivo, y desde esta perspectiva cuestiona la validez de los juicios de valor en los que se apoya el teórico para satisfacer las demandas de información de los usuarios, llegando a afirmar que cualquier metodología contable, basada en los juicios de valor, es subjetiva y personal, y por consiguiente poco representativa. La información contable pues, basada en la lógica de los acontecimientos debe de consistir principalmente en hechos relevantes, tales como acontecimientos operativos y demás actividades financieras e inversoras.

#### **b. LA ESCUELA DE PENSAMIENTO NORMATIVISTA**

La escuela de pensamiento normativista se basa en una concepción teleológica, donde los conceptos de ética y bienestar, relacionados con la determinación de objetivos, necesidades del usuario e interpretación de la información contable, toman un papel relevante.

En esta corriente de pensamiento, la elaboración de las teorías se construye sobre la base de una investigación a priori y para la búsqueda de la “**verdad**” establece los juicios de valor en la determinación de los postulados básicos contables o hipótesis instrumentales (premisas normativas), que constituyen el soporte básico contable.

Más, por otro lado, teniendo presente que la contabilidad, normativamente hablando, tiene un carácter teleológico, es decir, que responde a fines perseguidos por modelos específicos, no se puede hablar de axiomatización integral, sino más bien de semiaxiomatización, al tratarse de un campo de conocimientos con diferentes propósitos y desde esta vertiente la axiomatización se basa en la explicación de premisas auxiliares o subsidiarias orientadas en su articulación a un sistema concreto, o lo que es lo mismo, estas premisas auxiliares están en función del objetivo específico perseguido.

Por consiguiente, la polémica se centra en el mero hecho de discutir sobre el significado básico de las proposiciones contables como "**proposiciones a priori**" o bien "**proposiciones a**"; en otras palabras, deductivismo o inductivismo. Es decir, si los principios contables proceden de la observación o bien, por el contrario, se basan en juicio de valor o criterios subjetivos.

No obstante, es necesario poner de manifiesto que durante muchos años no sólo los contables de esta escuela, sino además otros estamentos relacionados con el ámbito contable, han puesto el énfasis en el concepto de "**imagen fiel**", no llegándose a definir en ninguna ocasión de una manera rigurosa y aceptándolo como una norma ética no sujeta a prueba y discusión.

Consideramos que la cuestión básica es la dificultad de expresar y aplicar este concepto, que por naturaleza encierra juicios de valor, y de ahí que en esta ambigüedad se haya aplicado en el ámbito contable de diversas maneras, y cualquiera que sea la connotación atribuida a este concepto ha sido de gran peso dentro del pensamiento contable normativo hasta nuestros tiempos.

Desde esta perspectiva se puede ubicar la contabilidad ética dentro del normativismo absoluto, donde los juicios de valor se incorporan a los objetivos con carácter eminentemente ético.

De ahí que a este modo de pensamiento normativo con un criterio amplio se le denomine contabilidad socio científica del bien-estar, normativismo sociológico, entre otros calificativos.

En términos generales, se considera que la maximización de los beneficios en la utilización de los recursos era importante para la sociedad y el papel de la contabilidad era suministrar esa información para satisfacer tanto las necesidades individuales de los usuarios como las sociales. Por todo ello, se considera la utilización de los valores sociales como el primer paso para formular las medidas y normas relativas a la determinación de los objetivos contables, sobre la base de ciertos juicios de valor como pueden ser desde los trabajadores y consumidores, medio ambiente, cooperación internacional, etc., sin formular normas específicas detalladas para ello por lo general.

Así pues, en la evolución del pensamiento contable surge, a finales de los años cincuenta y principalmente en la década de los sesenta, un nuevo modo de pensamiento contable normativo que orienta el contenido de los estados financieros a satisfacer las necesidades de los diversos colectivos de usuarios interesados en dicha información, asumiendo que es un instrumento idóneo para la toma de decisiones, teniendo un gran peso en la investigación contable de los últimos años.

De lo que se trata es de ver como se ha dado respuesta a una serie de cuestiones relativas a: **¿Quiénes son los usuarios?, ¿Cómo de determinan sus necesidades?, ¿Cómo se pueden satisfacer esas necesidades?, ¿Se puede influir en su comportamiento de una manera racional?,** etc. Las respuestas a estas interrogantes han ido evolucionando con el tiempo.

El concepto del usuario ha experimentado una progresiva ampliación a lo largo de los años, si bien, desde una perspectiva contable, esta cuestión ha sido diferente según el tipo de usuarios de que se trate. Así pues, para los usuarios internos (dirección, gerencia, etc.) que disponen de un grado de información tanto contable como de otro tipo, es diferente a la de los

usuarios externos (inversores, acreedores, etc.) que sólo disponen de la información suministrada en los estados financieros.

Es necesario poner de manifiesto, en un criterio amplio, que a los usuarios no les interesa la contabilidad en sí, sino más bien ciertos fenómenos económicos. La contabilidad con las limitaciones consabidas debe de representar estos fenómenos de la manera más neutral posible. Es decir, debe de suministrar los diversos sistemas de información a la luz de un marco teórico contable válido.

Desde esta óptica, por lo que respecta a los usuarios internos se ha producido un gran progreso de los sistemas de información, y fundamentalmente en la construcción de los modelos de decisión en la contabilidad durante las últimas décadas mientras en el contexto de los usuarios externos, la realidad ha sido otra.

En este último ámbito, de los usuarios externos, la validez y significado de la información contable ha sido muy polémico y por consiguiente debatido, pudiendo en ello encontrar diversas causas, como pueden ser la gran heterogeneidad de las necesidades y por consiguiente con intereses específicos para cada uno de ellos, la propia existencia de intereses contrapuestos entre los usuarios, etc. Es por ello que ha sido necesario establecer subdivisiones y elaborar sistemas de información contable a la medida de los usuarios individuales sobre la base de diferentes tipos de estados financieros en función de las diversas necesidades demandadas por los usuarios, originándose, pues, un incremento en la cantidad y calidad de la información contable.

Otra de las corrientes que han surgido en el pensamiento contable normativo es el "**enfoque pragmático**", posiblemente el que con mayor intensidad se ha combinado con otros enfoques en la formulación de la teoría contable.

En opinión de **E. S. Hendriksen**, "**comprende el desarrollo de ideas que estén acorde con el mundo de la realidad y encuentren utilidad en**

**situaciones realistas. El enfoque pragmático incluye la selección de conceptos y técnicas de contabilidad basados en la utilidad”<sup>2</sup>.**

Así por ejemplo, **M. Moonitz**, determina el valor actual como el medio – único- para representar la realidad. Para su comprensión hay que arrancar de una hipótesis de partida: **“la contabilidad es una applied science, es decir, la contabilidad es una ciencia aplicada dentro del ámbito condicional-normativo, situando el epicentro en la búsqueda del modo de relacionar unos medios eficaces con unos fines dados”<sup>3</sup>.**

Esto hace a la teoría tener la característica de “condicional” en la medida que las normas claramente reveladas constituyen las condiciones para su validez.

Llegado a este punto del análisis cabe preguntarse una serie de cuestiones, como ser:

- ¿Qué son los objetivos contables?**
- ¿Cómo se determinan?**

Frente a estas interrogantes y otras más que nos podíamos plantear, es cierto que no existe acuerdo unánime entre los investigadores sobre estos temas de crucial importancia; además, hay objetivos que compiten entre sí. Estimamos que es importante en primer lugar diferenciar los objetivos entre sí y los medios para alcanzarlos, ya que los medios son los instrumentos para llegar a conseguir el objetivo determinado.

No obstante, es necesario tener constancia que cada uno de estos enfoques no pueden considerarse productos acabados, sino que, por el contrario, son susceptibles de perfeccionamiento y adaptación a nuevos planteamientos cada vez mas evolucionados.

En cualquier caso, es evidente que la contabilidad no está constituida por una verdad inmutable que esté pendiente de descubrirse, sino que, dada la vinculación

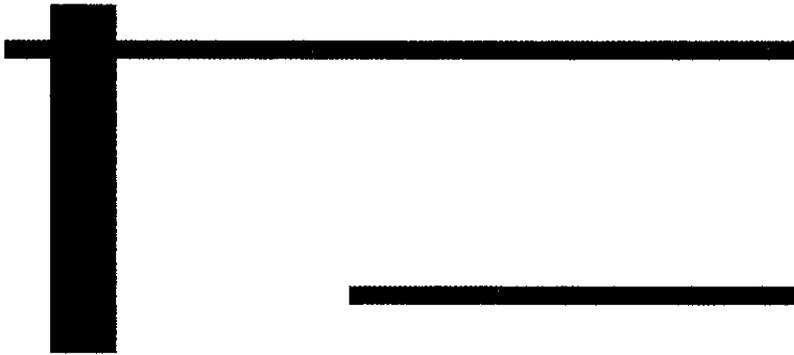
---

2 HENDRIKSEN, E. S.; *“Teoría Contable”*. Uthea, México, 1990

3 MOONITZ, M.; *“Postulados Básicos de la Contabilidad”*. Uthea, México, 1974

que existe entre la contabilidad y el entorno en que ella se desenvuelve, está constituida por un conjunto de conocimientos que están en continua evolución al intentar adaptarse a la realidad cambiante a la que pertenece.

Es también evidente que la contabilidad, está condicionada a **“un proceso de cambio revolucionario”** al existir diversas escuelas de pensamiento como son la contabilidad ajustada al nivel de precios, contabilidad a precios homogéneos, costo de reemplazamiento y contabilidad actualizada, y podemos señalar que no se llega a establecer cuál de ellas se ha convertido en la nueva matriz disciplinaria.



**EL PROBLEMA,  
JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS  
DE LA INVESTIGACIÓN**



## **EL PROBLEMA, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2. EL PROBLEMA, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

##### **2.1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El mundo en el que vivimos está dominado por la información. Por eso, hoy la información procesada por la contabilidad se inserta muy particularmente en el contexto de la información para toma de decisiones por parte de los usuarios de los estados financieros. Las decisiones implican una directa afectación al desenvolvimiento normal de la economía, la expansión de la vida de los negocios y el desarrollo de las relaciones económicas internacionales, que precisan de una información útil y oportuna, al margen de otros atributos, para adoptar decisiones lógicas por los diversos agentes económicos. Y en el centro de esta información económica se sitúa la información contable, esta es, la información que facilita la propia contabilidad de las unidades de producción o empresas, entendido este término en su sentido más amplio.

##### **2.1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Los ejecutivos de empresas pueden tomar decisiones con base en la información que tradicionalmente esta preparando la contabilidad?

¿Los estados financieros son la base para la toma de decisiones sobre el futuro de la empresa?

¿Los estados financieros revelan el valor comercial de una empresa?

¿Por qué el activo más valioso de las empresas, los activos intangibles, que tienen su origen en conocimientos habilidades, valores y actitudes de las personas que forman parte estable de la empresa: no están contabilizados, ni valuados, ni expuestos en los estados financieros?

¿En la era del conocimiento y la información, el activo intangible denominado capital intelectual constituye la principal fuente de riqueza de las empresas: sería totalmente lógico que los ejecutivos le presten una atención especial con el propósito de identificar, auditar, medir, renovar, incrementar y en definitiva de gestionar estos activos intangibles, para su contabilización?

¿Será evidente que la contabilidad financiera tradicional, es insuficiente en las actuales condiciones, para brindar información para la toma de decisiones empresariales?

¿Las normas contables en actual vigencia permiten la contabilización de los activos intangibles desarrollados por la empresa?

¿Será posible la contabilización de los activos intangibles desarrollados por la empresa?

### **2.1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo establecer pautas sobre los elementos básicos que le permiten al usuario interno y externo de los estados financieros tomar las decisiones mas adecuadas en las circunstancias?

¿Es factible formular y proponer elementos complementarios a los estados financieros que permitan una decisión más acorde a sus necesidades y que puedan dar bases para ampliar la información contenida en los estados financieros tradicionales?

## **2.2 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.2.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA**

La razón fundamental para llevar a cabo esta investigación, es la de establecer si la información contenida en los estados financieros tradicionales contribuye a la toma de decisiones satisfactoria por parte de los ejecutivos y personas interesadas en las operaciones de las empresas, de no ser evidente formular y proponer, criterios, pautas y bases conducentes a la ampliación de la información para la toma de decisiones.

### **2.2.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

El propósito de esta investigación es evidenciar si los estados financieros tradicionales son la base para la toma de decisiones empresariales, caso contrario aportar bases y guías para la ampliación de la información contenida en estos estados financieros que permitan a los usuarios poder contar con mayor información para la toma de una más óptima decisión.

Como parte de la investigación se dará importancia a la investigación documental como ser: normas contables en actual vigencia, libros, instructivos, publicaciones, ensayos de monografías, propuestas relacionadas con el tema, y finalmente a la información a través del Internet.

De tal forma que los resultados que se obtengan de esta investigación serán de sujeción y aplicación estricta a los métodos y técnicas de investigación válidas en el medio.

### **2.2.3 JUSTIFICACIÓN PRACTICA**

La necesidad de que la contabilidad pueda brindar información adecuada para la toma de decisiones en el marco de una economía cambiante y turbulenta como la presente, demanda la necesidad de ampliar las bases y criterios con los se emiten los estados financieros tradicionales, determinan la necesidad de ampliar las bases de esta información formulando criterios que permitan el logro de los objetivos de la

contabilidad de constituir una disciplina que brinda información para la toma de decisiones empresariales.

### **2.3 HIPÓTESIS DE TRABAJO**

Los estados financieros preparados por la contabilidad son insuficientes para la toma de decisiones sobre el presente y el futuro de la empresa, porque no están revelados los activos intangibles mas importantes que tiene una empresa, los denominados "Capital Intelectual".

### **2.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.4.1 OBJETIVO GENERAL**

Estudiar y analizar las causas del porque los estados financieros preparados con las normas contables en actual vigencia, no permiten tomar decisiones sobre el presente y el futuro de las empresas, identificando las características del capital intelectual o activos intangibles y su impacto en el valor real de la empresa.

#### **2.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Los objetivos específicos comprenden:

- Estudiar y analizar las características del capital intelectual y su impacto en las operaciones de la empresa
- Investigar sobre la existencia de modalidades de valuación de los diferentes componentes del capital intelectual
- Proporcionar un punto de partida sobre los diferentes modelos propuestos, así como los criterios para su valuación que permitan definir con carácter general qué es o no significativo, a la luz de las circunstancias de cada caso
- Evaluar la metodología y opciones técnicas que se presentan para la evaluación de los activos intangibles



**METODOLOGÍA DE LA  
INVESTIGACIÓN**



## **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

La metodología es el análisis crítico del método y se utilizo distintos métodos de acuerdo al problema de investigación, a la realidad contextual y al conocimiento del área temática.

#### **3.1 TIPO DE ESTUDIO**

En esta investigación se utilizaron tres tipos de estudio: Exploratorio, descriptivo y explicativo.

- Descriptivo**, porque se identifico las características de las variables para hacer de ellas una descripción, lo más completa posible entre el concepto de Capital Intelectual y los estados financieros tradicionales
- Explicativo**, porque las conclusiones de este estudio muestran los cambios, y la importancia del Capital Intelectual y ayudan al usuario interno y externo a tomar decisiones más acordes a la realidad

#### **3.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

Los métodos utilizados para alcanzar el objetivo de la presente investigación fueron: la observación, deductiva e inductiva, analítico-sintético y otros.

La observación directa participativa, permitió conocer las normas contables que se aplican para la realización de las acciones de registro contable y la preparación de los estados financieros.

Deductivo, porque los estados financieros constituyen la base para la toma de decisiones sobre las operaciones y actividades de una empresa.

Inductivo, porque se demostró la hipótesis a partir de un marco teórico general que a tenido como base de información de situaciones concretas y particulares del objeto de conocimiento.

### **3.3 FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

La presente investigación fue realizada con base en técnicas de estudio documental por medio de fichas ayuda memoria y fichas bibliográficas que señalen las fuentes de información primarias y secundarias.

**Fuentes primarias**

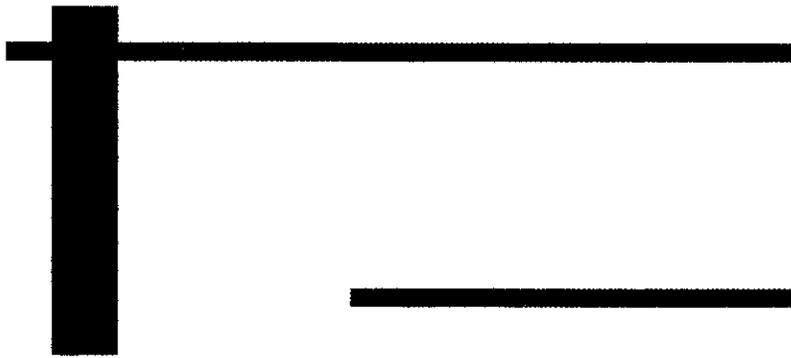
Se emplearon las técnicas de la observación participante y no participante y entrevistas.

**Fuentes secundarias**

Se utilizó información recopilada y publicada por otras personas a través de libros, revistas especializadas, trabajos de investigación, publicaciones e información de Internet

### **3.4 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

La información obtenida fue verificada, registrada y clasificada para que posteriormente sea presentada en forma escrita, con ilustración de tablas y cuadros para facilitar la comprensión de los lectores.



**MARCO TEÓRICO**



## MARCO TEÓRICO

### 4. MARCO TEÓRICO

#### 4.1 ANÁLISIS HISTÓRICO DE LA CONTABILIDAD

Con referencia al análisis histórico de la contabilidad se han formulado varias teorías, un resumen de las propuestas formuladas por algunos de los más importantes autores, se expone a continuación:

- ☑ Los autores **A. Cuadrado Ebrero y L. Valmayor López**<sup>4</sup>, formulan una propuesta, de la evolución histórica de la contabilidad, cuyos rasgos más significativos serían:
  - ☑ Hasta la década de los años cincuenta, donde las normas contables son fruto de la experiencia, y basándose en una observación empírica de los hechos lo que determina un pragmatismo a ultranza, donde la norma valida es la regla que se practica con base en una aceptación generalizada.
  - ☑ En la segunda mitad de los años cincuenta comienza a surgir la influencia anglo - americana con un balbuceo del empleo de métodos analíticos, técnicas empíricas estadísticas, métodos de simulación, etc., en la contabilidad; es decir se comienza lentamente a utilizar métodos más rigurosos y analíticos frente al tratamiento informal de épocas anteriores. Sin embargo, se detecta cierta vaguedad en los términos, al no ser definidos formalmente, por ello la contabilidad toma la característica descriptiva en vez de definida.

---

4 CUADRADO A., VALMAYOR L.; "Metodología de la Investigación Contable". Mc Graw Hill, Mexico, 1999.

- ☒ Es a partir del año 1957, debido a la influencia de R. Mattessich, existe un serio intento de formalizar la contabilidad mediante la emisión de los postulados básicos en los que sustentan las distintas normas contables, determinándose una serie de axiomas y definiciones, teoremas y condiciones de específicas junto con una representación matricial de la contabilidad.

Todo ello conduce a la búsqueda de un soporte teórico donde los principios constituyan la base de la teoría de la contabilidad moderna, así mismo se da un giro al positivismo que imperaba en la época y comienza a considerarse a la contabilidad como un sistema de información para satisfacer las necesidades que demandan los distintos usuarios, y el acercamiento a la normativa es más riguroso, prevaleciendo las consideraciones éticas sobre otras cuestiones.

En esta etapa la contabilidad presenta una transformación fundamental y junto con a la aplicación de técnicas de otras disciplinas, como las matemáticas, estadística, ciencias del comportamiento, informática, etc., determinando que la contabilidad presente una determinación por objetivos frente a la aceptación dogmática de los principios y normas contables.

Por otra parte, se admite la existencia de diversas reglas para situaciones diferentes y se elabora estándares que encierran juicios de valor a partir de los objetivos de la información contable. Esta información por objetivos, principalmente sobre la base de la relación entre la empresa y sus inversores, es de carácter normativo con el empleo de un razonamiento deductivo y se sigue en el intento, hasta los primeros años de la década de los ochenta, de establecer un entramado teórico a modo de marco contable que sirva de guía para la emisión de los estándares, aunque es necesario tener presente el aspecto positivo que todo lo anterior conlleva al someter a contrastación empírica las hipótesis que se iban elaborando.

En la actualidad, uno de los objetivos de la contabilidad es saber cuando un sistema de información, es el "**óptimo**", y como la información es "**conocimiento**".

- ☑ Por otra parte **E. S. Hendriksen y M. F. Van Breda**<sup>5</sup>, señalan la existencia de varias etapas
  - ☑ La primera hasta la aparición de la partida doble, situándola desde unos tres mil seiscientos años antes de Cristo, donde ya se conocía la teneduría de registros hasta el siglo XV, con la partida doble de registro contable.
  - ☑ La segunda que abarca los siglos XVII y XVIII, donde se ubica la personalización de las cuentas e implantación de reglas generales a todas ellas.
  - ☑ La tercera se sitúa en el siglo XIX y principios del siglo XX, con el comienzo de la revolución industrial y el crecimiento de la sociedad anónima, se desarrolla la teoría de la contabilidad, dando lugar a una gran expansión de la contabilidad por el rápido crecimiento del comercio y la industria particularmente en los países mas desarrollados. En este periodo se aplica la teoría de las cuentas basadas en la propiedad del capital liquido, así como la teoría de la entidad, y es a partir de entonces cuando ambas teorías se encuentran implícitas en la practica contable. Además, es necesario señalar que el desarrollo tecnológico, la vigencia de las Bolsas de Valores y sus organismos reguladores, han influido directa como indirectamente en el desarrollo de la investigación contable.
  - ☑ La cuarta a partir de 1930, representa un cambio importante en el pensamiento contable proveniente de las discusiones en los ultimo años de la década de los veinte y primeros de los treinta, respecto del objetivo de la contabilidad de presentar información no solo a la gerencia y acreedores sino también a inversores y accionistas. Este cambio en los objetivos de los estados financieros produjo una evolución importante en el pensamiento contable, donde el desarrollo y establecimiento de los principios de contabilidad tiene un papel destacado, como así mismo, la proliferación de normas y estándares promulgados por los diversos organismos contables.

---

5 HENDRIKSEN E. S., VAN BREDA M. F.; "Teoría Contable". Irwin, 1992

- ☑ Por su parte, **D. S. Most**<sup>6</sup> delimita tres etapas:
  - ☑ La primera se sitúa entre los años de 1932 a 1940, que se caracteriza por el intento de identificar un cuerpo de principios contables.
  - ☑ La segunda entre 1940 y 1973, la caracterizada por la promulgación de normas y las racionalizaciones efectuadas sobre ellos por miembros de la profesión contable.
  - ☑ La última la sitúa desde 1973 hasta la actualidad, donde la determinación de las normas tiene como objetivo último la armonización tanto en el ámbito nacional como internacional.

El pensamiento contable si bien ha ido evolucionando, no ha hecho al ritmo de los cambios producidos en el campo administrativo, sociológico y económico, y actualmente las tendencias en la investigación contable están produciéndose en varias direcciones al mismo tiempo, aspecto por el cual los profesionales dedicados a actividades contables deben mostrarse predispuestos a nuevas ideas y reconocer que la teoría general contable no está completamente elaborada, aunque se encuentra distante de sus comienzos, pues ha experimentado una gran evolución en la búsqueda de fuertes bases metodológicas y ontológicas.

#### **4.2 CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA ACTUAL**

En los últimos años las empresas han logrado cambios significativos, aspecto por el cual podemos señalar que **"la velocidad del cambio en las empresas crece a un ritmo exponencial, no porcentual"**.

Hacer frente a estos cambios en ambientes altamente competitivos, es sumamente impredecible por que ha marcado la obsolescencia de:

- ☑ Antiguos principios
- ☑ Procedimientos
- ☑ Métodos y criterios

---

6 MOST D. S.; *"Teoría Contable"*. Instituto Tecnológico de Georgia, 1977

Sin embargo, todavía hay empresas y empresarios que dicen que nada ha cambiado, que si tuvieron éxito en el pasado, seguirán teniendo éxito en el futuro.

Hoy, más que nunca, las empresas están siendo afectadas por elementos indirectos o del entorno, más que por sus propios elementos estructurales o del propio sector empresarial al que pertenecen.

Los ejecutivos de las empresas saben que nada permanece constante, que la evolución y el cambio son lo real y ocupan un lugar significativo en las estrategias empresariales. Que la obsolescencia no solo es de los productos, sino también del estilo de administrar, lo que implica desarrollar un nuevo pensamiento con base en los siguientes criterios:

- La economía mundial está transitando hacia economías de desarrollo de mercado
- Se generaliza el proceso de privatización de las economías y se promueve el libre comercio con la consecuente formación de bloques comerciales
- Se está aplicando la normatividad mundial que crea características universales para los bienes y servicios
- Se desarrollan factores como rapidez, oportunidad y habilidad empresarial. Se aplica la información y la innovación tecnológica a los sistemas productivos
- Las distancias se han acortado, ya no significan una barrera para el desarrollo y el comercio
- Las operaciones comerciales y las inversiones, no se basan en el factor distancia, sino en los factores tiempo y oportunidad
- Las empresas están en una carrera contra el tiempo

- ☑ La empresa que responden antes que la competencia a las exigencias del mercado, adquiere una ventaja competitiva importante
- ☑ El tiempo es la ventaja competitiva de los años actuales. La frase el tiempo es oro, es hoy mas real que nunca
- ☑ Los clientes son cada vez más exigentes y están provocando el nacimiento de las empresas flexibles y de la producción ágil
- ☑ Las empresas de menor tamaño se adecuan más rápidamente a los retos de los mercados
- ☑ Las grandes empresas se reestructuran en pequeñas unidades independientes e interconectadas en forma de red
- ☑ Se revaloriza el papel de los recursos humanos en las empresas. Se lo considera como: "capital humano"
- ☑ La relación hombre – empresa juega un papel fundamental en la estrategia empresarial
- ☑ La cohesión de la empresa se basa en valores, visión y cultura sólidos y compartidos
- ☑ El líder es protagonista del éxito de cualquier estrategia empresarial
- ☑ El concepto tradicional de trabajo tiende a desaparecer. El éxito del empleado se medirá por lo que haga, piense, contribuya al desarrollo de la empresa y por el conocimiento que genere, estructure y sistematice
- ☑ La gestión medioambiental provoca que la tecnología se modifique. Nacen los procesos de producción y las tecnologías blandas o limpias

Este escenario revela un nuevo juego de valores que podemos traducirlo como un esfuerzo por:

- Hacer las cosas bien (eficiencia)
- Hacer las cosas buenas (efectividad)
- Con el menor costo posible (economía)

Ya no basta con saber que los recursos fueron gastados o utilizados, sino si lo fueron con eficiencia, efectividad y economía.

Por lo expuesto, podemos concluir que las formulas del pasado ya no son una garantía para tener éxito en el futuro, aspecto por el cual nos preguntamos:

**¿Podrán las empresas, con una administración tradicional y con el viejo pensamiento empresarial, competir con los nuevos paradigmas y con las nuevas reglas del juego?**

**¿En la era del conocimiento para la empresa le será útil la información que están brindando los estados financieros tradicionales?**

### **4.3 EL SISTEMA DE INFORMACIÓN GERENCIAL**

En las organizaciones se está produciendo una explosión de la información para un mundo altamente competido, y que exige velocidad de respuesta, lo que produce una saturación de datos, reportes, índices y gráficos acerca de los eventos cotidianos que requieren de un proceso de selección y análisis cuidadoso, por lo que es necesario discriminar entre la información que sea útil y la superflua.

Para una empresa la información es básica para el proceso de dirección. De hecho, se puede afirmar que para las funciones del proceso administrativo, la información es vital, pues ninguno de los elementos significativos en la conducción de negocios tienen un sentido práctico sin ella, lo que conduce a pensar que para ser competitivos en una economía global y abierta se requiere de herramientas informativas capaces de responder a todas nuestras inquietudes y a las de nuestros clientes.

La importancia del conocimiento, como resultado del tratamiento de la información por el individuo, ha dado nacimiento y prioridad a las empresas intensivas en ese

recurso. De hecho, se ha modificado los conceptos de capital, de los activos como generadores de crecimiento y rentabilidad, así como el concepto de valor con relación a la empresa, de los productos o servicios, y en general se considera hoy al conocimiento, como el factor protagónico para lograr ventajas competitivas.

En estos momentos de aguda competencia y de desarrollo tecnológico, los sistemas de información son un elemento clave para manejar estratégica y operativamente los factores competitivos basados en los precios y la calidad del producto del servicio.

Con base en el marco anterior, la información puede ser definida como: **"el flujo de retazos de la realidad que, expresados de un modo entendible para nuestro cerebro, motivan en el mismo la aparición de ciertas representaciones gráficas que tienden a coincidir en mayor o menor medida con aquellas situaciones que les dieron origen"**<sup>7</sup>.

La **"realidad"** hace sentido para nosotros no sólo a partir del momento que la conocemos, sino desde el preciso instante que es capaz de producir en nosotros la evocación de imágenes inteligibles. Es este el punto de fusión de los dos aspectos del proceso cognoscitivo que son la aprehensión y la comprensión.

La **"aprehensión"**, se refiere al acto exterior de adquisición de conocimiento y su inmediata internalización.

La **"comprensión"**, apunta a la identificación de dicho conocimiento con imágenes propias que permitan su contraste y aceptación. Ambos aspectos completan el circuito por el cual los acontecimientos exteriores pueden llegar a formar parte de nuestro conocimiento personal.

Un elemento esencial es el **"lenguaje"**, que puede ser definido como: **"el medio de expresión que da forma a la información, poniendo en signos externos entendibles los conceptos teóricos que se desean transmitir"**. El lenguaje es una de las actividades del ser humano que mayor cantidad de facetas diferenciales posee.

---

7 FAGA H. A.; "La Información Contable Útil para la Dirección Superior". Editorial Tesis 1990

En la medida que la información tiende a socializarse, el lenguaje deberá consecuentemente tender a universalizarse, a fin de que la interpretación que todos los destinatarios de los mensajes le den a los contenidos de estos últimos sea única y uniforme, evitando de este modo las confusiones, los errores de interpretación y la desinformación.

Existen cuatro elementos que constituyen las características básicas de la información eficaz, y son los siguientes:

- a. La oportunidad en su procesamiento y emisión
- b. El adecuado reflejo de la realidad que describe
- c. La confiabilidad de los sistemas y procesos de formulación que le dan vida
- d. La coherencia de los contenidos que transmite

A continuación se presenta un análisis somero de los factores mencionados.

**a. LA OPORTUNIDAD EN SU PROCESAMIENTO Y EMISIÓN**

Podemos decir, que **"la información es el conocimiento en su momento óptimo"**.

Para que una información sea eficaz, en función de los propósitos perseguidos con su utilización, debe ser oportuna, lo que significa que debe estar disponible en el momento que se la necesita, esto es, cuando puede producir algún tipo de efecto sobre una determinada situación.

Una información muy completa pero tardía deja de ser efectiva, porque no permite una toma de decisiones acorde con el momento en que era necesario hacerlo.

Por el contrario, una información no exacta, lo cual no quiere decir inexacta, pero con el suficiente grado de aproximación a la realidad, proporcionada en el momento adecuado, permite a quien debe tomar decisiones hacerlo con una razonable dosis de seguridad.

Esta característica no invalida la información de carácter histórico, cuya principal finalidad es establecer responsabilidades por los acontecimientos del pasado, a la par de evaluar sus resultados, sino que determina una distinción entre este tipo de información y aquella cuyo propósito es facilitar la correcta toma de decisiones.

**b. EL ADECUADO REFLEJO DE LA REALIDAD**

La misma implica que la información transmitida debe ser lo más fidedigna posible respecto de la realidad a la que intenta describir.

Es bien sabido que una misma realidad presenta muchas facetas diferentes a partir de que la observación dependerá de muchas variables, como pueden ser, entre otras, la posición respecto del hecho observado, la propia interpretación de lo que ve, el momento a partir del cual se ejerce la observación, etc.

Teniendo en cuenta la existencia de estas variables, es muy importante ubicar los medios idóneos para que la información reproduzca del modo más fidedigno posible la porción de realidad a la que el observador tiene acceso, a fin de proporcionar la mejor visión de dicha realidad, con el objeto de que las decisiones y acciones que se deriven de las mismas se adecuen a aquella para producir los efectos buscados.

Una inadecuada lectura de la realidad puede conducir a errores en el accionar empresarial, y en este sentido la información tiene un papel preponderante que jugar para evitarlo.

**c. LA CONFIABILIDAD DE LOS SISTEMAS Y PROCESOS DE FORMULACIÓN**

El proceso de emisión de información reconoce una serie de pasos que lo conforman y que son los siguientes:

1. La recopilación de los datos
2. Su procesamiento
3. La emisión de información

4. El análisis crítico y la evaluación
5. La distribución de la información
6. La retroalimentación
7. La modificación de los parámetros de control
8. La toma de decisiones

Cada uno de estos pasos puede ser considerado a efectos del análisis como un circuito cerrado en sí mismo, pero también, y al mismo tiempo, interconectado con los demás. La confiabilidad del proceso total dependerá tanto de la confiabilidad de cada proceso parcial como de la referida a las relaciones entre todos ellos.

Efectivamente, un adecuado sistema de recopilación de datos puede verse desmerecido por un procesamiento deficiente, una emisión tardía, un análisis incompleto o erróneo, o algún otro defecto por el estilo.

Y a la inversa, un sistema sofisticado de procesamiento, análisis, etc., realizado sobre datos equivocados, necesariamente invalidará los resultados obtenidos.

Debido a ello es imperioso asegurar tanto la eficacia de cada proceso particular como la correspondiente a las relaciones entre los mismos, para, de este modo, obtener un conjunto eficaz.

**d. LA COHERENCIA DE LOS CONTENIDOS**

Al respecto, existen dos elementos que resulta necesario destacar:

- El **primero** es el referido a la relación información / receptor. En este sentido, para que la información emitida produzca los efectos que persigue, es imperioso que su nivel de detalle y las particularidades de su lenguaje estén en estrecha consonancia con los de las personas a quienes va dirigida.

Efectivamente, para que la información pueda obrar con eficacia debe estar preparada y presentada de modo que pueda ser apprehendida y

comprendida, para lo cual es requisito que resulte atractiva e interesante para quien debe asimilarla, tanto sea en sus aspectos formales como en lo relativo a su contenido.

En otras palabras, que invite a ser leída porque su contenido es adecuado, esté directamente dirigido al receptor, y pase por su centro de interés.

- ☑ El **segundo** elemento es el relativo a la coherencia en el tiempo. En la realidad, la información temporal debe permitir comparaciones de sucesos ocurridos en momentos distintos, para lo cual es necesario que tanto su conformación estructural como la valorización que se le dé permita realizar esta tarea sobre bases homogéneas, evitando la presentación de datos no comparables.

#### **4.3.1. LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN**

Como un corolario natural de lo establecido en los puntos anteriores aparece el tema de la calidad de la información.

Todo proceso que considere y respete las cuatro características básicas anteriormente señaladas producirá información de alta calidad. Por consiguiente, podemos decir que la "**información es buena o no es información**".

La presentación de datos inadecuados, mensajes confusos o incompletos, informes anacrónicos o extemporáneos, etc., no constituyen verdadera información.

#### **4.3.2. LA UTILIDAD DE LA INFORMACIÓN**

La característica de oportunidad de la información implica la existencia de dos tipos básicos de información. La **histórica**, cuyo objetivo es evaluar resultados derivados de acciones del pasado, mediato o inmediato, y establecer responsabilidades por los mismos, y aquella de corte **estratégico** cuyo propósito consiste en facilitar la toma de decisiones.

La información así concebida presenta como rasgos sobresalientes, desde el punto de vista de su utilidad, los siguientes.

1. Anticipar los posibles cursos de la realidad y las probables consecuencias de las acciones empresarias
2. Evaluar la realidad, en comparación con las previsiones, determinando las variaciones más significativas, analizando las causas de los desvíos y determinando las responsabilidades por los mismos
3. Establecer las acciones correctivas a ser implementadas, para que en el menor plazo posible la realidad pueda ser modificada (en caso necesario) en la dirección deseada

Si la información cumple con estas propuestas, no queda duda que se convierte en un aliado insustituible de la dirección superior.

#### **4.3.3. UTILIDAD DE LA INFORMACIÓN CONTABLE**

La contabilidad forma parte de los sistemas de información que integran, a su vez, una disciplina de contenido general y amplio, la administración; y en este orden representa un importante aporte para la planeación y el control de los negocios. Tiene por finalidad procesar, ordenar y proporcionar información sobre la marcha particular de una economía empresarial, o bien, de un conjunto de empresas, utilizable por sus propietarios y administradores, así como por el medio ambiente externo a su operación.

Debido a los cambios producidos en las empresas, se evidencia la necesidad de impulsar estudios interdisciplinarios que permitan desarrollar una teoría general de la contabilidad que responda a las exigencias de un nuevo modelo organizacional, plano y flexible, en el que la utilidad, confiabilidad y oportunidad de la información se traduzca en herramienta imprescindible para el proceso descentralizado de toma de decisiones y el consecuente aprovechamiento de la ventaja competitiva.

Las organizaciones operan en un mundo de incertidumbre creciente debido al proceso para aprehender una cambiante realidad donde prolifera la diversidad,

caracterizada por una reducida intervención gubernamental para controlar el nivel monetario, fiscal e impositivo; los cambios abruptos en las políticas comerciales; la competencia doméstica e internacional; los cambio en un mercado caótico y los crecientes costos laborales. Además, hay que destacar que en el ámbito mundial la competencia es cada vez más intensa, provocando que existan:

- ☑ Dos o más organizaciones que, bajo un similar concepto de negocio, compiten por conquistar un mismo grupo de clientes
- ☑ Un grupo de clientes con necesidades, deseos y expectativas similares, así como también la capacidad de elegir la forma de cómo y de quién obtener sus satisfactores
- ☑ Medios alternos y/o sustitutos como satisfactores
- ☑ Fenómenos y condiciones del entorno que impactan a las organizaciones, a los productos y a los mercados

Bajo estas condiciones, la información es el arma principal, pero no hay que olvidar, que la información no es conocimiento. Se pueden producir datos en forma masiva, pero no se pueden producir conocimientos de la misma forma; éstos sólo los produce el individuo basado en sus experiencias, separando lo significativo de lo irrelevante a través de la formulación de juicios de valor.

En este contexto el sistema contable se convierte en un elemento clave para manejar estratégica y operativamente los factores competitivos.

Históricamente la presentación de los estados financieros a la administración era periódica sólo para actividades rutinarias. El procesamiento de datos se hacía, en gran parte, en la modalidad por lotes después del cierre de un ciclo operacional; el ejemplo más evidente se refiere a los períodos contables. Se procesaban las transacciones y se actualizaban por completo los archivos para así determinar las condiciones en que operaba la organización.

El tiempo necesario para determinar dichas condiciones hacía que, por lo común, los informes preparados por contabilidad se encontraran disponibles después de la

conclusión del período contable sobre el que giraba el informe y cuando el siguiente ciclo operacional estaba ya bastante avanzado.

A menudo, las medidas tomadas para corregir los problemas eran incorrectas; la naturaleza del problema había cambiado, el problema se había resuelto o era demasiado tarde para hacer algo. Bajo estas circunstancias se puede observar que los sistemas de información contable tenían como función realizar esfuerzos aislados, determinados más que por una concepción sistémica, por la coyuntura o por visiones estratégicas funcionales, es decir, funciones limitadas a un momento y a un aspecto.

A partir de la década de los setenta se avizora un cambio radical que impacta a la industria y a los servicios, en donde ya no es posible mantener un sistema productivo que lanza al mercado contingentes masivos de productos homogéneos y estandarizados ante una demanda que se diversifica, se hace más exigente y requiere de un aparato productivo ágil y flexible que responda con una oferta diferenciada para cada segmento o nicho de mercado, manteniendo bajo el nivel de costos.

La naturaleza del sistema de información contable, sus objetivos y funciones deben variar y enfocarse hacia la descentralización de toma de decisiones. Cabe destacar en este aspecto, que el uso de la informática ha hecho posible el acceso inmediato a bancos de datos que brindan información procesada y analizada con la finalidad de reducir la información flotante, acelerando la velocidad de respuesta ante el exterior.

Es así como las empresas sobreviven gracias a la capacidad de adquirir, elaborar y utilizar información y conocimiento en modo diferencial respecto a la competencia, y a su capacidad para poner en discusión, en todo momento, su bagaje cognoscitivo. En esta dinámica, la capacidad de aprendizaje se vuelve crucial –sobre todo en empresas de alto contenido tecnológico o en las de servicios– para asegurar la generación de valor a partir del desarrollo del conocimiento.

Estas transformaciones podrían sustentar la hipótesis de que nos encontramos en un periodo de cambio de paradigma tecno - económico, esto es, de una modificación radical de la práctica óptima, de una modificación sustancial en las

reglas del sentido común utilizado para lograr la eficiencia, cuestión que naturalmente implica un cambio en las estructuras organizacionales y en las formas de gestión.

A escala de la organización empresarial hay una serie de tareas de distinto grado de complejidad que habrá necesidad de abordar o afianzar sistemáticamente. Los primeros esfuerzos tienen que estar dirigidos a cancelar desperdicios, efectuar ahorros y aumentar la productividad mediante el mejor uso de los recursos disponibles. Aquí se emprenden acciones dirigidas a perfeccionar el diseño de las plantas, corregir cuellos de botella entre procesos, optimizar el uso de insumos, el transporte o los inventarios, cancelar el exceso de personal, consolidar el perfil financiero de las negociaciones o atender con mayor eficacia las necesidades de clientes y usuarios.

En este terreno, existen sin duda progresos de importancia de las empresas, pero todavía no se alcanza el saneamiento sectorial completo y equilibrado de las principales actividades económicas. Esto se refleja en el hecho de que en muchas empresas se sigan utilizando sistemas de información típicos, obsoletos, costosos de mantener y difíciles de usar. La mayor parte de los sistemas más antiguos ya son obsoletos y han dejado de satisfacer las necesidades actuales.

Un sistema de información contable debe estar diseñado para monitorear y reportar el estado, las tendencias y los cambios en las variables clave que tienen un impacto significativo en el desempeño de la organización. Surge así la interrogante acerca de **¿Cómo participa la contabilidad ante estos fenómenos y tendencias?.**

#### **4.4 LA CONTABILIDAD COMO SISTEMA DE INFORMACIÓN**

Los servicios que ha prestado la contabilidad a través de la información financiera que produce, se han basado en enfocar a las organizaciones desde el punto de vista interno, como un sistema cerrado; es decir, la información que proporciona ha estado enfocada al sistema operativo interno y orientado a hechos pasados. La cuestión es que los informes contables tradicionales generalmente presentan efectos de decisiones tomadas con anterioridad, sin explicar sus causas y mucho menos revelar oportunidades.

En este sentido, resulta necesario replantear la utilidad y oportunidad de la información financiera en un entorno de aguda competencia, en el que las organizaciones se orientan a servir a un mercado y a generar riqueza, para lo cual requieren de sistemas de información confiables y significativos, y poder así enfrentar los retos que imponen los mercados globalizados.

Esta tendencia marca nuevas formas de administración de la información. Los grandes centros administrativos de información pasan a segundo término, llevando centros estratégicos de información en cada uno de los procesos de un organismo, provocando que en cada sitio específico se tomen decisiones y se eviten así los núcleos de concentración de información, tanto en su captura para la elaboración de la planeación estratégica, como en sus aplicaciones en operaciones cotidianas, que a manera de gestión, integra desde un proceso fabril hasta una decisión de tesorería que influya de manera significativa en la vida empresarial. El nuevo paradigma tiende a reintegrar a las organizaciones con sus fines y centra la atención, no en las tareas separadas, sino en la manera de vincularlas mejor para alcanzar los resultados deseados.

De aquí se infiere que en la actual economía de la información y el conocimiento, el impacto de la tecnología de la información a través de sus sistemas inteligentes, de la inteligencia artificial y de las telecomunicaciones modifica el sentido del control interno hacia una integración descentralizada, en donde existe una amplia delegación del poder de decisión a través de la formación de equipos interdisciplinarios.

El efecto económico-financiero de las empresas intensivas en conocimientos hace que el personal sea más importante que los activos fijos tradicionales. La organización para tener capacidad de asimilar, manejar y promover el cambio técnico continuo en el producto y en el proceso de producción, requiere del personal con capacidad, formación y relaciones que también son un activo de cuya actuación y compromiso depende la generación futura de ingresos y utilidades.

En este sentido, la contabilidad no sólo debe relacionar causas y efectos, sino además combinar diversas causas y entrelazar múltiples efectos, a partir de las bondades del manejo informativo. Así, con el análisis de estas relaciones y combinaciones, es posible llegar a la satisfactoria toma de decisiones.

Es necesario comprender que existen focos de atención a considerar en el tratamiento de la información contable, según sea el ángulo que se elija para hacerlo. En función de los mismos se puede realizar la siguiente clasificación tentativa:

1. Desde una perspectiva situacional de la empresa dentro del entorno en que actúa, podemos identificar dos tipos básicos de información, la información interna y la información del contexto.
2. Desde una perspectiva temporal es posible clasificarla como reflejando el pasado, el presente y el futuro de la operación.
3. Desde una perspectiva operacional, encontramos información patrimonial, económica y financiera.
4. Desde una perspectiva funcional, tenemos información para el planeamiento, para el control y para la toma de decisiones.

De los aspectos mencionados adquiere importancia para el presente trabajo, el hecho de que la información contable debe atender a situaciones del pasado, del presente y del futuro.

Del pasado, porque sirven de base para las comparaciones que permiten determinar los vaivenes empresarios y la situación de la organización en épocas distintas, y también porque son un elemento referencial clave para el planeamiento y la presupuestación.

Del presente, porque va indicando la calidad y la dirección del desarrollo de los acontecimientos, y debiera marcar la **"realidad real"** a la fecha. Sin embargo, **la información procesada por la contabilidad a la fecha, no estaría cumpliendo con este propósito.**

La contabilidad actual no revela ninguna **"información del futuro"** que permita poner un ojo en el mañana y gerenciar por anticipación.

Por consiguiente, un sistema informativo contable abarca un espectro de muy amplia dimensión, con fines y propósitos cada vez más difíciles de cumplir, por lo que constituye un desafío profesional de envergadura el manejo de este sistema.

#### **4.5 CARACTERÍSTICAS DE LA CONTABILIDAD**

Es evidente que a lo largo de la historia de la contabilidad han sido numerosas las concepciones que se han atribuido a la contabilidad, en cuanto a sus objetivos y el papel que debería cumplir, evolucionando esta transformación en el concepto y definición de la contabilidad desde las primitivas orientaciones más habituales, implícitas en la censura de cuentas, que se dirigían principalmente hacia una concepción basada en la teoría del propietario y por consiguiente eminentemente orientada hacia la información que demandan estos agentes, hacia una situación más compleja, donde la contabilidad reconoce y asume aspectos legales y éticos que la sociedad moderna tiene respecto a la propiedad y otros derechos como que la gestión económica es llevada por terceras personas ajenas en la mayoría de los casos a los accionistas e inversores.

Esta situación determina que la literatura contable presente un crecimiento sostenido y comienza un paralelismo con el desarrollo y evolución de la auditoría financiera, como partes integrantes de una misma realidad. Se produce un incremento de la información emitida por las empresas, y se da muy pronto la independencia del auditor, no solo con la entidad sino se amplia también con los accionistas, pasando de ser un defensor del capital a tomar un papel al servicio de los distintos colectivos de usuarios de la información.

Con relación con las características de la contabilidad **D. E. Kieso y J. J. Weygandt** conciben que la **"contabilidad es tanto una actividad de servicio como una disciplina descriptiva y analítica, y un sistema de información"**<sup>8</sup>.

Como actividad de servicio, suministra información cuantitativa que ayuda a tomar decisiones a las partes interesadas de la información financiera. Con respecto a la segunda característica, como disciplina descriptiva y analítica, identifica los eventos y operaciones que caracterizan a la actividad económica, describiendo la situación específica a través de la medición, clasificación y resumen. Por último, como

---

8 KIESSO D. E., WEYGANDT J. J.; "Contabilidad Intermedia". Limusa Editores, Noriega, 1995

sistema de información, reúne y comunica los datos económicos de una entidad a otra o a gran número de personas cuyas decisiones y actos se relacionan con la actividad.

En esta evolución podemos distinguir una concepción inicial de la contabilidad como disciplina descriptiva cuya finalidad es interpretar y representar una realidad, sin tomar en consideración las partes interesadas en el conocimiento de esa realidad, mas, por otra parte, nos encontramos con planteamientos que superando esa visión originaria conciben a la contabilidad como ciencia descriptiva y normativa, llegándose a un enfoque mas sistemático de la misma, al conceptualarla como sistema de información y dentro de esta concepción contable, su consideración como ciencia aplicada.

Esta gestación de la contabilidad, como sistema de información para la toma de decisiones se detecta en los tratados de nuestra disciplina en que subyacen las nociones de medición. Así **R. K. Jaedicke y R. T. Sprouse** nos indican que **"es útil pensar en la contabilidad en términos de a) un sistema para reunir datos cuantitativos –predominantemente datos financieros- y b) un cuerpo de conocimiento, incluyendo métodos y técnicas, relativos al uso de estos datos para tomar decisiones"**<sup>9</sup>. En otras palabras, el sistema de medición puede ser distinguido (no separado) del uso de los datos aportados por el sistema, pero el campo de la contabilidad comprende a ambos, la empresa necesita tener alguna clase de sistema de información general.

Para **H. G. Langerderfer**, la contabilidad **"es un sistema de medida y comunicación para proveer información económica y social con respecto a una entidad identificable, que permita a sus usuarios juicios informados y decisiones conducentes a la colocación óptima de recursos y al cumplimiento de los objetivos de la organización"**<sup>10</sup>.

La **American Institute of Certified Public Accountants (AICPA)**, definió a la contabilidad financiera como **"aquella rama de la contabilidad centrada en los**

---

9 JAIDICKE R. K., SPROUSE R. T.; *"Corrientes Contables: Ingresos, Fondo y Efectivo"*. Herrero Hermanos, México, 1973

10 JAIDICKE R. K., SPROUSE R. T.; *"Corrientes Contables: Ingresos, Fondo y Efectivo"*. Herrero Hermanos, México, 1973

**informes de uso general que describen la situación financiera y los resultados de las operaciones y que se conocen como estados financieros**<sup>11</sup>, y más adelante prosigue con respecto a lo que proporcionan dichos estados. En 1973 al APB emitió el informe APB Statement N° 4, donde se determina: **"Una historia continua, cuantificada en términos monetarios, de los recursos económicos y las obligaciones de una empresa comercial, así como de las actividades económicas que hacen cambiar a estos recursos y obligaciones"**, los objetivos de la contabilidad financiera, para suministrar a los usuarios información que pueda resultarles útil en la toma de decisiones.

Para **W. L. Chapman**, **"La contabilidad es el conjunto de postulados teóricos de validez practica comprobada, adoptados para el registro, la clasificación y el resumen racional de los hechos y actos de carácter económico financiero que afectan a las personas de existencia visible y a las de existencia ideal o jurídica, con el objeto de informar en términos monetarios principalmente acerca del estado del patrimonio a una fecha dada, y de la evolución experimentada por el mismo durante un periodo determinado"**<sup>12</sup>.

El autor **E. Fowler Newton**, considera que: **"La contabilidad es un elemento del sistema de información de un ente que proporciona datos sobre su patrimonio y la evolución del mismo destinados a facilitar las decisiones de los administradores y de los terceros que interactúan con él en cuanto se refiere a su relación actual o potencial con el mismo"**<sup>13</sup>.

En tanto que para **S. García y M. Mattera**, **"La contabilidad es una disciplina técnica que se ocupa de la medición, registro, comunicación e interpretación de los efectos de actos y hechos susceptibles de cuantificación y con repercusiones económicas sobre el patrimonio de las entidades en general y que determinen el monto de la ganancia realizada con el propósito de contribuir al control de sus operaciones y a la adecuada toma de decisiones"**<sup>14</sup>.

---

11 American Institute of Certified Public Accountants. APB Statement N° 4, 1970

12 CHAPMAN L.; *"La Contabilidad y el Auditor Externo"*. Ediciones Macchi, Argentina, 1975

13 FOWLER NEWTON E.; *"Contabilidad Superior"*. Ediciones Macchi, Argentina, 1995

14 GARCÍA S., MATTERA M.; *"Contabilidad a Moneda Constante"*. Editorial Tesis, Argentina, 1988

En tanto que para **CH. T. Horngren, G. L. Sundem, J. A. Elliot**, **"La contabilidad es el medio principal para comunicar información relativa al impacto de las actividades financieras. Esta información se le proporciona a quienes toman decisiones en la forma de estados financieros. Para elaborar estos datos, los contadores analizan, registran, cuantifican, acumulan, resumen, clasifican, reportan e interpretan numerosos eventos y sus efectos financieros en la organización"**<sup>15</sup>.

Para **J. Romero López**, la contabilidad financiera es **"una técnica que produce, sistemática y estructuradamente, información cuantitativa expresada en unidades monetarias de las transacciones que realiza una entidad económica y de ciertos eventos económicos identificables y cuantificables que la afectan, con el objeto de facilitar a los interesados tomar decisiones en relación con dicha entidad económica"**<sup>16</sup>.

Si realizamos un análisis de estas definiciones de contabilidad, se hace evidente la pluralidad de criterios y enfoques con relación al tema. Sin embargo, durante los últimos años la caracterización de la contabilidad como un **elemento del sistema de información de una empresa**, ha venido ganando adeptos y superando viejos conceptos de que la contabilidad es solamente un elemento mantenido para posibilitar el cumplimiento de determinados requerimientos legales y fiscales.

Vemos pues, que la contabilidad viene a ser en buena medida un producto de su entorno. El medio ambiente de la contabilidad viene determinado por las condiciones, influencias, etc., de carácter económico, político y legal que van a su vez evolucionando según la época, y como resultado los objetivos y las prácticas contables se deben ir adecuando a lo largo de los tiempos para hacer frente a estas influencias cambiantes.

A lo largo de los últimos años la contabilidad ha logrado la incorporación de técnicas y métodos de otras ciencias como son las matemáticas, filosofía, etc., y se orienta hacia el cumplimiento de sus objetivos con procedimientos de comprobación

---

15 HORNGREEN Ch. T., SUNDEM G. L., ELLIOT J. A.; *"Contabilidad Financiera"*. Prentice Hall, México, 1995

16 ROMERO J.; *"Contabilidad Intermedia"*. Mac Graw Hill, Mexico, 1998

sistemáticos, donde las normas, reglas y modelos no sean elementos aislados o particularizados, y se establezca además los adecuados procedimientos sistemáticos de comprobación, en virtud de que el fin fundamental de la contabilidad es suministrar información a la dirección de carácter útil, oportuno y satisfactorio e incluso óptimo para necesidades específicas.

En efecto, la contabilidad se ha utilizado para satisfacer diferentes propósitos: de tipo patrimonial, económico, financiero, fiscal y de gestión. Todos estos propósitos se tratan de conseguir mediante el uso de la información que suministra un sistema contable básico y uniforme.

En los años cincuenta se emiten varias reglas básicas destinadas a la preparación de la información financiera con base en los principios contables de: entidad, negocio en marcha, unidad monetaria, período contable y valor histórico.

Estas reglas visualizan a la empresa como un sistema cerrado en el que el sistema de control interno, tenía como objetivo salvaguardar los bienes de la empresa y desarrollar la eficiencia de las operaciones, descuidando hechos y fenómenos económicos que impactaban a la estructura financiera de la organización.

En ese momento, la contabilidad estaba limitada a relacionar causas y efectos; cargos y abonos a través de expresiones cuantitativas que servían como base en la toma de decisiones para el aprovechamiento eficiente de los recursos, coadyuvando a la productividad de los mismos.

A partir de los años setenta existe una serie de eventos que apuntan hacia la recomposición, tanto en los sistemas integrales de información, como en la tecnología utilizada y en la estructura de usos e indicadores. La evidencia más común se encuentra en los equipos de cómputo. La computadora, con su inmensa potencia y capacidad de archivo, clasificación y cálculo, produce información que en muchas ocasiones no puede asimilar el ser humano, principalmente por su volumen, y pone a disposición de los usuarios una información cualitativa y de tal importancia que hace algunos años era inimaginable. Por ejemplo, en el caso del costeo de inventarios, se implanta el sistema de inventarios perpetuos que anteriormente resultaba impráctico y costoso. Con las computadoras es posible, ya que a través de lectores ópticos pueden leer código de barras para identificar el artículo, su precio

de venta, y así facturar y llevar el control del inventario perpetuo en forma instantánea.

Otro caso es el de las tarjetas de crédito, a través de las cuales se realizan millones de operaciones al día, se operan y registran al mismo tiempo que se efectúan las transacciones comerciales y financieras en todo el mundo.

Las características del mundo competitivo de hoy, nos revelan que estamos frente a una explosión en cantidad y calidad de la información que esta provocando una saturación de datos, reportes, índices y gráficos acerca de los eventos cotidianos que requieren de un proceso de selección y análisis cuidadoso, con el propósito de discriminar entre la información que es útil para la toma de decisiones y la superflua.

Es evidente que para ser competitivos en una economía global y abierta se requiere de información capaz de responder a todas las inquietudes de la gerencia y a las de los clientes. Este objetivo se alcanza a partir del conocimiento como actividad intelectual y de la profundización de sus estructuras lógicas aplicadas a sus grados, tipos y clases y de tal modo a todas las disciplinas.

La importancia del conocimiento, como resultado del tratamiento de la información por el individuo, ha dado nacimiento y prioridad a las empresas intensivas en ese recurso. En la práctica se considera al conocimiento, como un factor protagónico para lograr ventajas competitivas debido a que ha modificado los conceptos de capital, de los activos como generadores de crecimiento y rentabilidad, así como el concepto de valor con relación a la empresa, de los productos o servicios.

En estos momentos de aguda competencia y de desarrollo tecnológico, los sistemas de información son clave para manejar la estrategia y operativamente los factores competitivos basados en los precios y la calidad del producto y de los servicios.

La contabilidad forma parte de los sistemas de información que integran, a su vez, una disciplina de contenido general y amplio, la administración; y en este orden representa un importante trabajo de campo para la planeación y el control de los negocios.

En virtud de la naturaleza de sus funciones, se puede considerar que la contabilidad es un método de trabajo intelectual aplicado, pues constituye un ordenamiento para obtener a partir de la aplicación de las normas contables su producto formal: los estados financieros.

Para lograr este propósito la contabilidad aplica un sistema que, a partir de registros cronológicos y sistemáticos de hechos y acciones económicas expresados en términos cuantitativos, tiene por finalidad proporcionar información sobre la marcha particular de una economía empresarial, o bien, de un conjunto de empresas, utilizable por sus propietarios y administradores, así como por el medio ambiente externo a su operación.

Es decir, la función de la contabilidad se traduce en brindar información útil, confiable y oportuna, entre otras características, que se traduzca en herramienta imprescindible para el proceso de toma de decisiones y el consecuente aprovechamiento de la ventaja competitiva.

La cuestión es que los estados financieros tradicionales, generalmente presentan efectos de decisiones tomadas con anterioridad, sin explicar sus causas y mucho menos revelar oportunidades. En este sentido, resulta necesario replantear la utilidad y oportunidad de la información financiera en un entorno de aguda competencia, en el que las organizaciones se orientan a servir a un mercado y a generar riqueza, para lo cual requieren de sistemas de información confiables y significativos, y poder así enfrentar los retos que imponen los mercados globalizados.

Tal como se desarrollan los acontecimientos actuales el modelo tradicional de contabilidad financiera, no está siguiendo acompañar la revolución que enfrenta los negocios en la era del conocimiento, donde los estados financieros de las grandes empresas se muestran cada vez más estáticos y obsoletos para representar el verdadero valor de las empresas. Su validez en la era industrial no merecía dudas, pero ahora se cuestiona su utilización como principal medio de evaluación económico financiero.

El valor de una empresa se medía por el volumen e importancia sus activos tangibles, como edificios, terrenos, maquinaria e instalaciones, en el presente no

ofrecen ya una guía real sobre la capacidad de competitividad actual o el potencial futuro de una empresa.

A lo largo de los últimos años, los esfuerzos de académicos y profesionales dedicados a los problemas de la contabilidad han ido perfeccionado los sistemas contables logrando planes de cuentas muy detallados. Existen numerosos autores y se han escrito muchísimos libros que tratan aspectos y temas muy específicos que se relacionan con los activos fijos o bienes de uso, los inventarios, las cuentas comerciales por pagar o por cobrar y otros temas similares.

Mucha menos atención han recibido los activos intangibles, salvo unos pocos, como los gastos de organización, el derecho de llave, las patentes, marcas y otros activos intangibles adquiridos, a pesar de que en muchas empresas, el valor de estos activos intangibles y otros que no se contabilizan es muy superior al de los bienes tangibles.

La práctica ha demostrado que en muchas empresas existe una gran disparidad entre el valor en libros y, su valor de mercado o capitalización bursátil. Aunque esta diferencia siempre ha existido, en los últimos años se ha hecho mucho mayor: en algunos casos se trata de diferencias verdaderamente espectaculares. Es decir, cada vez la contabilidad explica menos los movimientos del mercado bursátil.

Así las cosas, es factible que la dirección de la empresa o los accionistas **cada vez tengan menos interés en los informes y estados financieros preparados por la contabilidad** de la empresa.

En septiembre de 1998, se ha presentado la Norma Internacional Contabilidad IAS N° 38<sup>17</sup> que aborda el tema de los activos intangibles.

La norma contable define a los activos intangibles, como: **"un activo identificable, de carácter no monetario y sin substancia física, que se posee para ser utilizado en la producción o en el suministro de bienes y servicios, para ser arrendados a terceros o para fines administrativos"**.

---

17 COMITÉ DE NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD (IASC); *"Normas Internacionales de Contabilidad 2001"*, Tomo II

Añade, "Frecuentemente, las empresas emplean recursos o incurren en pasivos debido a la adquisición, desarrollo, mantenimiento o mejora de recursos intangibles, tales como conocimientos científicos o tecnológico, diseño e implementación de nuevos procesos o sistemas, licencias, propiedad intelectual, conocimiento del mercado y marcas comerciales (incluyendo marcas de fabrica y títulos de publicaciones). Otros ejemplos comunes de partidas que están comprendidos dentro de esta amplia denominación están los programas para computadoras, patentes, derechos de autor, películas cinematográficas, carteras de clientes, derechos sobre servicios de deuda hipotecaria, licencias de pesca, cuotas de importación, franquicias, relaciones con clientes o proveedores, lealtad de clientes, participación de mercado y derechos de comercialización".

"Una empresa controlara un activo cuando tiene el poder de obtener beneficios económicos futuros que procedan del correspondiente recurso y pueda también restringir el acceso de terceros a aquellos beneficios. La capacidad de una empresa para controlar los beneficios económicos futuros provenientes de un activo intangible se sustenta, normalmente, en derechos legales que pueden hacer valer ante los tribunales. A falta de derechos legales, es más difícil demostrar que existe control".

"La empresa puede tener un equipo de personas capaces y puede identificar posibilidades de su nivel de competencia mediante la capacitación que producirán beneficios económicos futuros. La empresa puede también esperar que el personal continúe prestándole sus servicios. Sin embargo, generalmente la empresa no tiene control suficiente sobre los beneficios económicos futuros que se espera de un equipo de personas capaces y de la capacitación del mismo, como para considerar que estos recursos cumplen con la definición de activos intangibles. Por una razón similar, es improbable que las habilidades gerenciales o técnicas puedan cumplir con la definición de activo intangible, a menos que se cuente con la protección de derechos legales para utilizar dicha capacidad y obtener los beneficios económicos futuros que se espera de ella, además de cumplir las otras condiciones de la definición".

**“Una empresa puede tener una cartera de clientes o una participación en el mercado y esperar que, debido a sus esfuerzos para establecer una sólida relación y lealtad con los clientes, estos continúen haciendo negocios con ella. Sin embargo, si no hay derechos legales u otras formas de control que protejan esta expectativa de relaciones o lealtad de los clientes, su control sobre beneficios económicos no es suficiente como para considerar que tales partidas (cartera de clientes, participación en el mercado, relaciones con los clientes, participación en el mercado, relaciones con los clientes, lealtad de los clientes) cumplan con la definición de activo intangible”.**

Tal como establece la Norma Internacional de Contabilidad Nº 38, determinados **“activos intangibles”** como listas de clientes, lealtad del consumidor, marcas, relaciones con clientes, capital humano o capital estructural, **no satisfacen la definición de activos**, y, por tanto, **se consideran gastos** cuando se incurra en ellos, no figurando en el activo del balance general.

La propuesta sigue una línea **muy conservadora**, alejada de los planteamientos de otras disciplinas o de la propia Federación Internacional de Contabilidad (IFAC), que está sugiriendo ideas verdaderamente novedosas.

En la misma fecha la IFAC ha emitido, un interesante documento que **recopila los aspectos clave de la valoración de los activos intangibles**. El documento expone los desafíos y oportunidades que para profesión puede suponer identificar y valorar los activos intangibles, para desarrollar la planificación, control, información y auditoría. El estudio reconoce que **la contabilidad de los activos intangibles requerirá la invención de nuevos conceptos y prácticas contables**.

Otras disciplinas como la Economía de Empresa, con la llamada **“gestión del conocimiento”**, están abordando sin complejos la gestión de los activos intangibles, la capacidad de innovación, la imaginación, el grado de satisfacción de los clientes o la capacidad de aprendizaje y motivación de los empleados. Con frecuencia citan ejemplos de empresas de éxito que destacan más por sus activos intangibles, que por su activo fijo o su estructura financiera.

También las Ciencias de la Computación están agitadas creando nuevas herramientas informáticas que tratan de administrar, compartir y canalizar tanto la

información real como el conocimiento intangible de la empresa de forma que este fluya en la organización integrada en aplicaciones como las **intranet, gestión de documentos**, etc.

Es también un área de interés prioritario para otros campos como la Sociología de Empresa, por cuanto involucra la **gestión de recursos humanos**.

La Contabilidad, como todo el sistema de información, debe adaptarse a las necesidades de sus usuarios en cada periodo histórico, sector o actividad empresarial, mas aun si consideramos que el sistema de información contable es el mayor suministrador de información para la gerencia.

Sin embargo, hoy en día, hay **necesidades de información que no están cubiertas por los estados financieros tradicionales**, si consideramos que la información que hoy interesa a la gerencia de la empresa y los analistas externos, en la llamada **Era del Conocimiento**, se refiere a:

- Información sobre los **riesgos** a que está sometida la empresa
- Los **recursos humanos**
- Los **activos intelectuales**
- El **impacto medioambiental**
- Las **impresiones de los clientes** sobre la calidad de nuestros productos
- Actividades de **investigación y desarrollo**
- Cambios** en los recursos y procesos productivos
- Capacidad de **innovación**
- Valor** que aportan los productos **para el consumidor**

Los gerentes de las empresas siempre han gestionado los activos intangibles, no es algo nuevo. **La novedad es el intento de cuantificarlos**: puede decirse que para los gerentes es más difícil medir los activos intangibles que trabajar con ellos.

En el nuevo modelo organizacional de estructura plana y flexible, el análisis, procesamiento y distribución de datos e información son la esencia de la mayoría de las actividades, profesiones e industrias en general. Ciertamente el crecimiento de empleos y negocios durante los últimos veinte años se ha dado en aquellos

conectados con el tratamiento de la información y conocimientos. Una tendencia que continuará en el futuro.

Entre las causas principales por las que muchas empresas e instituciones no crecen, pierden competitividad o desaparecen se encuentra el que continúan utilizando instrumentos, prácticas o conceptos tradicionales y obsoletos. Ahora las empresas para la toma de decisiones estratégicas, deben satisfacer nuevas necesidades informativas que implican entre otros atributos:

- Análisis de fenómenos externos que tengan un efecto en las operaciones de la empresa y en cada uno de sus factores estratégicos clave
- Orientación hacia el futuro, no para predecir eventos futuros, sino para identificar las probables trayectorias de ciertas tendencias
- Conceptos sobre la empresa vista en su totalidad (no en partes o detalles) que destaquen sus fuerzas y debilidades
- Efectos económico-financieros de programas o acciones que se pretendan llevar al cabo
- Proyecciones financieras a corto y largo plazo, explicando no sólo el qué, sino también el porqué de lo que se incluye

La contabilidad, como un sistema de información básico e imprescindible para la administración, debe replantear sus funciones y servicios, proporcionando una información más completa cuando examine a la empresa como un sistema extendido, desde la unidad que le provee de insumos, hasta llegar al cliente, pasando por todos los procesos internos de transformación, distribución y comercialización de los productos terminados.

Ha sido común que los informes convencionales de la contabilidad limiten su contenido a las cuestiones tradicionales que reportan los estados financieros; sin embargo ya no es suficiente la sola formulación de dichos estados que muestran efectos de decisiones tomadas con anterioridad, pero que no explican sus causas ni

proporcionan, por sí mismos, un panorama de actuación ante un mundo globalizado de negocios.

El desafío es proveer información relevante y necesaria, que facilite hallar las respuestas correctas a las preguntas adecuadas, con una focalización constante en qué debe hacerse enseguida. Esto implica utilizar algo más que las técnicas financieras tradicionales y datos esencialmente históricos. La exactitud no es tan importante como la relevancia. La flexibilidad es la respuesta a circunstancias cambiantes, es lo esencial.

El sistema económico en que vivimos se basa en la información y los conocimientos, considerados éstos como los recursos determinantes para crear riqueza. La economía actual se caracteriza por haber propiciado la innovación y desarrollo de la tecnología de la información, lo que ha revolucionado a las organizaciones y a los individuos en sus formas de pensar, ser y hacer.

De hecho, la tecnología de la información, en sus múltiples expresiones, propicio la globalización económica de los negocios en donde se modifican los esquemas tradicionales de abastecimiento, producción y distribución, provocando niveles agudos de competencia entre las organizaciones.

Bajo este entorno organizacional plano y flexible, el perfil del administrador y la problemática de su actuación profesional, así como las condiciones de aptitud, le imponen una formación que le permita evaluar correctamente la información en un ambiente turbulento que exige velocidad de respuesta ante los cambios que, en forma constante, operan en la realidad.

En este sentido, la información financiera debe incluir el análisis de tendencias, y no limitarse a la comparación de resultados reales de periodo a periodo o contra presupuesto. Los análisis deben informar sobre las variaciones que se han realizado por precio, volumen, o la mezcla de productos en los casos de variaciones que puedan presentarse en la contribución de los productos, líneas de productos o líneas de servicios, identificando su causa y las razones de los incrementos o decrementos en costos fijos o variables para que se puedan tomar decisiones y se actúe con rapidez para mejorar la rentabilidad de la empresa.

## 4.6 EL CAPITAL INTELECTUAL Y LA CONTABILIDAD

En los últimos años y específicamente en la década de los noventa las empresas basadas en el conocimiento han comprendido la importancia estratégica de medir su capital intelectual, y elaborar informes con indicadores de capital intelectual que plasmen sus fuentes de valor "invisibles".

La medición del Capital Intelectual ha captado enorme interés tanto en el mundo empresarial como académico. Muchas páginas se han escrito sobre la necesidad de relacionar el capital intelectual de la empresa con los objetivos estratégicos, y ahora un número importante de empresas están experimentando con enfoques de gestión del capital intelectual para alcanzar este objetivo. A partir de estos esfuerzos, han surgido diferentes métodos de gestión, medición, y elaboración de informes de capital intelectual, con gran relevancia en el ámbito internacional.

El capital intelectual es un concepto relativamente nuevo y enigmático, que se refiere básicamente a los activos intangibles y altamente mutables de la empresa, que los **"modelos de contabilidad tradicional no recogen adecuadamente su valor ni tampoco los representan en un formato conciso y significativo"**<sup>18</sup>. La contabilidad del capital intelectual requerirá la invención de nuevos conceptos y prácticas de contabilidad.

El concepto de capital intelectual recoge todos aquellos activos de la empresa que cumplen dos condiciones:

- Deben ser activos estratégicos, y por tanto, con potencial para crear valor
- La normativa contable actual no permite su incorporación en los estados financieros.

El capital intelectual incluye, entre otros, los siguientes elementos: conocimiento de los empleados, valor de las relaciones con clientes, proveedores, socios, secretos

---

18 MEZA D.; "Una Nueva Contabilidad". [dmeza@campus.mty.itesm.mx](mailto:dmeza@campus.mty.itesm.mx), 1998

industriales, métodos de trabajo, patentes no registradas, cultura empresarial y estructuras organizativas, etc.

Un grupo de empresas suecas y danesas, así como varios estudiosos de esta temática han formulado propuestas para comenzar a medir estos activos intangibles, y citan varias razones para hacerlo:

- ☑ Refleja más acertadamente el valor real de la empresa
- ☑ Se demanda una gestión eficiente de los intangibles
- ☑ "Lo que se mide, se gestiona", es decir, hay que centrarse en proteger y aumentar aquellos activos que reflejan valor
- ☑ Apoya el objetivo corporativo de aumentar el valor de los accionistas
- ☑ Proporciona información más útil a inversores actuales y potenciales. Cuanto mayor sea el ratio de valor de activos intangibles respecto a los activos tangibles en una empresa, mayor será la incertidumbre de la inversión. Por ello, las empresas necesitan declarar sistemáticamente sus activos intangibles

La contabilización y elaboración de Informes de Capital Intelectual presenta tres desafíos principales, que se reflejan en la necesidad de:

- ☑ Mejores herramientas para gestionar la inversión en habilidades de los empleados, bases de información, y capacidades tecnológicas
- ☑ Algún tipo de medición contable que pueda diferenciar entre empresas donde el capital intelectual se aprecia frente a empresas donde este activo se deprecia
- ☑ Ser capaces de medir, en el largo plazo, el rendimiento de la inversión en personas, habilidades, bases de información, y capacidades tecnológicas de la organización

La no revelación de estos "activos intangibles", ha permitido en el último tiempo la emisión de opiniones que expresan dudas respecto de la validez de la contabilidad tradicional y su expresión concreta, los estados financieros; para la toma de decisiones por parte de los usuarios internos y externos, tal como se resume a continuación:

- ☑ **L. Edvinsson y M. S. Malone**, señalan que: **"El modelo tradicional de contabilidad que también describía las operaciones de las empresas durante medio milenio ya no puede seguir el ritmo de la revolución que sé esta operando en los negocios"**<sup>19</sup>. "El valor real de las empresas no se puede determinar por las medidas contables tradicionales". "El balance general no da ningún indicio sobre la memoria de la empresa, sus tradiciones y su filosofía. No nos dicen cuanto valen las cosas, ni da la alarma cuando se pierden por mala administración o despido de trabajadores. El resultado es una especie de **Alzheimer** de las empresas, virtud de la cual una empresa, preocupada por el balance general, pierde su memoria institucional y así se pierde a sí misma, sin darse siquiera cuenta de la pérdida".
  
- ☑ **J. Lewent**, expresa que: **"en una empresa basada en conocimientos, el sistema contable no capta en realidad nada"**<sup>20</sup>.
  
- ☑ **J. A. Hernández V.**, menciona que: **"La pérdida de valor de la información contenida en los estados financieros preparados de conformidad con los principios tradicionales de contabilidad generalmente aceptados. Estos principios han sido estructurados de acuerdo con las características de una economía manufacturera del siglo pasado, en el cual el componente de los activos tangibles era sustancialmente superior al componente del conocimiento involucrado en los procesos operativos"**<sup>21</sup>.

---

19 EDVINSSON L., MALONE M. S.; *"El Capital Intelectual"*. Gestión 2000, España, 1999

20 LEWENT J.; "Your Company's Most Value Asset: Intellectual Capital". Fortune, octubre 03 de 1994.

21 HERNÁNDEZ J. A.; *"Gestión del Capital Intelectual"*. Seminario Regional Universitario, Santa Cruz - Bolivia, 2001

- ☑ **F. Vigorena**, señala que: **"Al igual que los organigramas, brochures institucionales y manuales operativos, los estados financieros de las grandes empresas se muestran cada vez más estáticos y obsoletos para representar el verdadero valor de las empresas. Su validez en la era industrial no merecía dudas pero ahora se cuestiona su utilización como principal medio de evaluación económica - financiero". "Según los expertos la partida doble de Lucca Pacioli es el matrimonio entre las matemáticas árabes y el uso del papel en Europa en la Edad Media, mientras que el capital intelectual es hijo del matrimonio entre las redes electrónicas globales y el pensamiento"**<sup>22</sup>.

#### **4.7 TEORÍA DEL CAPITAL INTELECTUAL**

En el mundo competitivo actual, caracterizado por un progreso vertiginoso en las nuevas tecnologías de la información y las telecomunicaciones, los activos más valiosos de las empresas ya no son los activos tangibles tales como las maquinarias, edificios, instalaciones, inventarios y los depósitos en los bancos, sino los activos intangibles que tienen su origen en los conocimientos, habilidades, valores y actitudes de las personas que forman parte del núcleo estable de la empresa.

A estos activos intangibles se les denomina Capital Intelectual, expresión que surgió en 1990 en los Estados Unidos y Suecia, y comprenden todos aquellos conocimientos tácitos o explícitos que generan valor económico para la empresa.

De manera más precisa podemos señalar que el capital intelectual, es un conjunto de activos estratégicos de tipo intangible, con potencial para generar valor, pero que sin embargo, no figuran en los estados financieros de la empresa, porque no satisfacen los criterios contables para ser considerados activos.

El Capital Intelectual trata de representar el valor del total de los activos intangibles o "no visibles" que posee la empresa en un momento determinado, al igual que en el balance general se valúan y exponen las cuentas por cobrar o pagar, los inventarios, los bienes de uso o activos fijos tangibles o "visibles", los pasivos y el patrimonio.

---

22 VIGORENA F., [www.emprendedoras.com/articles/article111](http://www.emprendedoras.com/articles/article111)

Es razonable admitir que, principalmente, la diferencia entre el valor contable de una empresa, obtenido de su balance general, y su valor real de mercado puede explicarse por el **"valor de sus activos ocultos o no contabilizados"**: Capital Intelectual. Obviamente, también es posible que, una parte de esa diferencia, pueda explicarse, en algunos casos, por la existencia de plusvalías o "reservas ocultas" como consecuencia de ser inferior el valor contable de terrenos e inmuebles, valorados a su costo histórico reexpresado y su valor de mercado:

$$\text{CAPITAL INTELECTUAL} = \text{VALOR DE MERCADO} - \text{VALOR CONTABLE}$$

Del esquema anterior podemos deducir que el capital intelectual no se puede acomodar dentro de los modelos tradicionales de contabilidad, éste capital ha estado escondido entre el valor de mercado de una empresa y su valor en libros.

Es muy expresiva, sobre la importancia del Capital intelectual de la empresa, el comentario de L. Edvinsson (Director del Capital Intelectual de Skandia):

**"UNA EMPRESA ES COMO UN ÁRBOL.  
HAY UNA PARTE QUE ES VISIBLE (LAS FRUTAS) Y OTRA PARTE QUE ES OCULTA (LA RAIZ)  
SI SOLAMENTE TE PREOCUPAS POR RECOGER LAS FRUTAS, EL ÁRBOL PUEDE MORIR. PARA  
QUE EL ÁRBOL CREZCA Y CONTINÚE DANDO FRUTOS, LAS RAÍCES DEBEN ESTAR SANAS Y  
NUTRIDAS. ESTO ES VÁLIDO PARA LAS EMPRESAS: SI SÓLO TE PREOCUPAS DE LOS  
RESULTADOS FINANCIEROS E IGNORAMOS LOS VALORES ESCONDIDOS, LA EMPRESA NO  
SOBREVIVIRÁ EN EL LARGO PLAZO"**

**Klein y Prusak** señalan que el capital intelectual es **"material intelectual que ha sido formalizado, aprehendido y potenciado para producir un bien de valor mayor"**<sup>23</sup>. Una virtud de esta definición es que distingue el "material intelectual" del capital.

La inteligencia se convierte en un bien cuando se crea un orden útil a partir de la capacidad intelectual boyante, es decir, cuando se le da una forma coherente (una lista de envíos, una base de datos, el orden del día de una reunión, la descripción de

---

23 STEWART T. A.; *"La Nueva Riqueza de las Organizaciones: El Capital Intelectual"*

un proceso de producción); cuan se aprehende de manera tal que se puede emplear para hacer algo que no sé podría realizar de otra manera. El capital intelectual es conocimiento útil envasado.

Cada empresa atesora materiales intelectuales valiosos bajo la forma de bienes y recursos, perspectivas y aptitudes tacitas y explicitas, datos, información, conocimiento y talvez sabiduría. Sin embargo, no se puede manejar el capital intelectual salvo que se situé en lugares estratégicamente importantes de la empresa que sean permeables al management. Entonces la pregunta es: ¿ Dónde buscar el Capital Intelectual?.

La respuesta es, en uno o más de tres lugares:

- Su gente
- Sus estructuras
- Sus clientes

El capital humano se podría definir como: **"las aptitudes de los individuos necesarias para dar soluciones a los clientes"**. Es importante porque es la fuente de innovación y renovación, sea en las ideas geniales que aparecen el laboratorio o los nuevos contactos con clientes. Pero las personas listas no siempre constituyen empresas listas.

Para difundir y transportar o sea potenciar el conocimiento, se requieren bienes de capital intelectual tales como sistemas de información, laboratorios, inteligencia competitiva y de mercado, conocimiento de los canales de mercado y enfoque de gestión, que hacen de la pericia individual la propiedad de un grupo. El capital estructural como el humano, solo existe en el contexto de un punto de vista, una estrategia, una meta un propósito. Es pues, **"las aptitudes organizativas de la empresa para satisfacer los requerimientos del mercado"**.

El capital cliente es el valor de las relaciones de la empresa con la gente con la cual hace negocios, fue definido como: **"la profundidad (penetración), amplitud (cobertura) y atracción (lealtad) de nuestra representación"**<sup>24</sup>. Del mismo

---

24 ROMERO J.; "Contabilidad Intermedia". Mac Graw Hill, Mexico, 1998

modo fue definido como: "la probabilidad de que nuestros clientes sigan trabajando con nosotros"<sup>25</sup>.

Es en la relación con los clientes que el capital intelectual se convierte en dinero; no obstante, el capital cliente no puede expresarse exclusivamente en términos monetarios, aunque esta sea su manifestación última.

Un aspecto importante es, que el capital intelectual no resulta de la acumulación de los factores mencionados anteriormente, sino de la **interrelación** entre ellos.

#### **4.8 DIFERENCIAS ENTRE LOS ACTIVOS TANGIBLES E INTANGIBLES**

Las diferencias entre los activos tangibles e intangibles de la empresa, son principalmente, las siguientes:

<b>ACTIVOS TANGIBLES (VISIBLES)</b>	<b>ACTIVOS INTANGIBLES (INVISIBLES)</b>
Visibles	Invisibles
Fácilmente cuantificables	Difíciles de medir
Incluidos en la contabilidad (Balance General)	No reflejados por la contabilidad
Tienen rendimientos medibles	Rentabilidad: difícilmente medibles
Se deprecian con el uso	Su utilización hace que se aprecien
Se pueden gestionar y controlar	Su gestión exige identificación medida
Pueden ser acumulables y almacenables	Su uso no provoca obsolescencia

El concepto de capital intelectual recoge todos aquellos activos de la empresa que cumplen dos condiciones:

- Deben ser activos estratégicos, y por tanto, con potencial para crear valor
- La normativa contable no debe permitir su incorporación en los estados contables

<sup>25</sup> MEZA D.; "Una Nueva Contabilidad". [dmeza@campus.mty.itesm.mx](mailto:dmeza@campus.mty.itesm.mx), 1998

El Capital Intelectual de una empresa puede subdividirse en tres componentes:

### MONITOR DE ACTIVOS INTANGIBLES

<b>CAPITAL HUMANO O ACTIVOS DE COMPETENCIA INDIVIDUAL</b>	<b>CAPITAL ESTRUCTURAL O ACTIVOS DE ESTRUCTURA INTERNA</b>	<b>CAPITAL CLIENTE O ACTIVOS DE ESTRUCTURA EXTERNA</b>
---	--	--

a. **CAPITAL HUMANO O ACTIVOS DE COMPETENCIA INDIVIDUAL**

El capital humano es el lugar donde comienza todas las acciones de la empresa, fundamentalmente su futuro, es la fuente de innovación, el cerebro de la empresa. Si el capital humano es el árbol los seres humanos son la savia que lo hace crecer. **"El dinero habla, pero no piensa. Las maquinas ejecutan, en ocasiones con mayor destreza que los seres humanos, pero no inventan"**, señala T. A. Stewart<sup>26</sup>.

El capital humano está integrado por las competencias que poseen las personas de una empresa, expresadas en conocimientos, habilidades, actitudes y su capacidad de aprender y crear. Se refieren específicamente a la educación, experiencia, "know how", conocimientos, habilidades, valores y actitudes de las personas que trabajan en la empresa. No son propiedad de la empresa. La empresa solo puede contratar el uso de estos activos con sus trabajadores, mas no puede comprar este activo. Los trabajadores al marcharse a casa se llevan consigo estos activos. A este conjunto de activos se les denomina también Capital Humano.

Las empresas que quieren aprovechar los conocimientos y aptitudes descritas anteriormente, deben crear oportunidades para que el conocimiento privado se vuelva publico y el tácito explicito. El trabajo es más valioso cuando se realiza en grupo, que individualmente.

26 STEWART A.THOMAS; *"La Nueva Riqueza de las Organizaciones: El Capital Intelectual"*, Granica 1998.

Los elementos que integran los activos de competencia individual, son entre otros los siguientes:

- Satisfacción del personal
- Tipología del personal
- Competencia de las personas
- Liderazgo
- Trabajo en equipo
- Estabilidad

El conocimiento y valoración de los elementos integrantes del Capital Humano exige disponer de un conjunto de informaciones diferentes a las registradas por la contabilidad.

**b. CAPITAL ESTRUCTURAL O ACTIVOS DE ESTRUCTURA INTERNA**

La función de los gerentes de la empresa es contener y retener el conocimiento para que se convierta en propiedad de la empresa. Eso es capital de estructura interna. Es conocimiento que no se va a casa a la noche.

Según Peter Drucker, **"solo la organización puede brindar la continuidad fundamental que necesita el trabajador intelectual para ser eficaz. Solo la organización puede convertir el conocimiento especializado del trabajador intelectual en rendimiento"**<sup>27</sup>.

Los activos de estructura interna están integrados por el bloque de conocimientos sistematizado, explicitado o internalizado por la empresa. El Capital Estructural es más estable que el Capital Humano ya que, permanece en la empresa, independientemente de la rotación de las personas.

El capital estructural pertenece a la organización en su conjunto. Se lo puede reproducir y compartir. Se refieren específicamente al modelo de organización formal o informal, a los métodos y procedimientos de trabajo,

---

27 DRUCKER PETER; "Innovation and Entrepreneurship". Harper & Row Publisher, Nueva York, 1985

al software, a las bases de datos, a la investigación y desarrollo, a los sistemas de dirección y gestión, y a la cultura de la empresa. Estos activos son propiedad de la empresa y algunos de ellos pueden protegerse legalmente, tales como los: patentes, propiedad intelectual, etc. Además, es susceptible de reproducirse y compartirse, generando, en definitiva, un proceso ascendente de conocimiento y mejora continua: "un círculo virtuoso".

Pueden distinguirse, entre otros, los siguientes elementos con un diverso grado de tangibilidad:

- Cultura Organizacional
- Filosofía del Negocio
- Procesos de Reflexión Estratégica
- Estructura de la Organización
- Propiedad Intelectual
- Tecnología de Proceso
- Tecnología de Producto
- Procesos de Apoyo
- Tecnología de la información

#### **c. CAPITAL CLIENTE O ACTIVOS DE ESTRUCTURA EXTERNA**

Toda empresa con clientes tiene capital cliente, que se define como: **"el valor de su representación, su relación progresiva con las personas u organizaciones a las cuales vende su producto"**.

De las tres categorías mencionadas en el monitor de activos intangibles, capital humano, capital estructural y capital cliente, esta última es la más valiosa. La razón de ser de la empresa. Esta expresión puede parecer una perogrullada, pero llama la atención lo valioso que es.

El capital cliente se parece mucho al capital humano: la empresa no es propietaria de los clientes. Pero así como la empresa invierte en el capital humano para mejorar su valor intelectual, se debe invertir en los clientes para obtener beneficios.

Los activos de estructura externa están integrados por las relaciones de la empresa con los agentes de su entorno y constituyen elementos muy importantes del Capital Intelectual. Se refieren específicamente a la cartera de clientes que recibe el nombre de fondo de comercio, a las relaciones con los proveedores, bancos y accionistas, a los acuerdos de cooperación y alianzas estratégicas, tecnológicas, de producción y comerciales, a las marcas comerciales y a la imagen de la empresa. Estos activos son propiedad de la empresa y algunos de ellos pueden protegerse legalmente, tales como: marcas comerciales, etc.

Es muy frecuente que, en los procesos de fusión y absorción, estos activos "invisibles" sean muy apreciados.

Pueden distinguirse, entre otros, los siguientes elementos del Capital Estructural con un diverso grado de tangibilidad:

- Base de Clientes Relevantes
- Lealtad de los Clientes
- Intensidad de la Relación con Clientes
- Procesos de Servicio y Apoyo al Cliente
- Cercanía al Mercado
- Notoriedad de la marca
- Reputación o Nombre de la Empresa
- Alianzas Estratégicas
- Interrelación con Proveedores

El conocimiento y valoración de los elementos integrantes del Capital Relacional exigiría disponer de informaciones diferentes a las contables.

Considerando que los elementos mencionados anteriormente, no figuran en los estados financieros, es necesario disponer de herramientas o modelos capaces de medir este tipo de intangibles.

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 la gestión eficaz de dicho capital intelectual. Así pues la capacidad de identificar, auditar, medir, renovar, incrementar y en definitiva gestionar estos activos intelectuales es un factor determinante en el éxito de las empresas de nuestro tiempo.

En los últimos años se han realizado numerosos esfuerzos, en la búsqueda de metodologías y modelos que contribuyan a mejorar la capacidad de gestión del Capital Intelectual, debido a la propia naturaleza intangible de estos activos y, sobre todo, a que cada empresa tiene su combinación particular de los factores de éste capital.

#### **4.9 REVISIÓN HISTÓRICA DE LAS HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN DE CAPITAL INTELECTUAL**

Un resumen histórico sobre los conceptos de capital intelectual se expone a continuación:

En 1986 aparece la primera teoría sobre las "organizaciones del conocimiento" elaborada por Karl Erik Sveiby. En ese mismo año Sveiby diseña el primer formato para informes externos de indicadores no financieros, conocido como el reporte KONRAD.

Un grupo de empresas suecas que habían dado los primeros pasos para encaminar sus esfuerzos investigativos y prácticos con el objetivo de medir el conocimiento y gestionarlo en la organización comienzan entonces a utilizar el reporte KONRAD para publicar sus informes y supervisar sus activos intangibles.

Dentro de esas empresas a las que Sveiby llamo la "comunidad sueca de práctica", por haber desarrollado en la practica los conceptos y diseños de su teoría sobre organizaciones del conocimiento, se encuentran fundamentalmente empresas tecnológicas y de consultoría, como WM-data, Skandia AFS, KREAB y Lindeberg.

En 1987 aparece el modelo de evaluación de recursos de Sveiby para uso interno de Affärsvärlden, el más reconocido diario especializado en negocios en Estocolmo. Esta publicación comenzó a brindar información a hombres de negocios e hizo

pública una base de datos sobre empresas de tecnología de la información usando ambos modelos de Sveiby.

Paralelamente en Estados Unidos aparecen en 1993 el modelo BSC (Balanced Score Card) que desde 1990 estaban desarrollando Kaplan y Norton con el objetivo de medir indicadores financieros y no financieros de la organización, con un enfoque muy parecido a la contabilidad ABC.

En 1993 el Consejo Sueco para la Industria de los Servicios, recomienda a los miembros de su compañía utilizar en sus informes anuales determinados indicadores descriptores de su capital humano.

En 1994 aparece el navegador de Skandia, subsidiaria del Grupo de Seguros sueco de igual nombre. Este navegador desarrolla la teoría del capital intelectual integrando el modelo KONRAD de Sveiby y el de Norton & Kaplan.

En 1994 la cantidad de empresas suecas que midieron e informaron algunos de sus activos intangibles llega a 43, y muchas de las empresas norteamericanas comienzan también a experimentar en la medición y supervisión del capital intelectual.

En 1996 aparecen otros modelos como el Technology Broker de la empresa de igual nombre, el de la Universidad de West Ontario y el del Canadian Imperial Bank.

En 1998 se hacen públicos el modelo de Drogonetti y Roos en una empresa gubernamental australiana llamada Business Network Programme y el Modelo de Dirección Estratégica por Competencias.

En general, los modelos mencionados no difieren básicamente en su concepción del capital intelectual de las pautas sentadas por los modelos de Sveiby, el BSC y el Navigator de Skandia, aunque introducen algunos conceptos nuevos como las relaciones causa – efecto entre los indicadores, su relación con el aprendizaje organizacional y la necesidad de estudiar los flujos o variaciones de los diversos factores que componen los activos intangibles.

Sin pretender ser exhaustivos citamos a continuación algunos de estos esfuerzos o experimentos más representativos agrupándolos en tres categorías:

**a. LOS REALIZADOS POR LAS EMPRESAS CONSULTORAS**

Entre los esfuerzos realizados por las empresas consultoras destacan los de Ernest and Young que a través de su "Center for Business Innovation (CBI) y de su "Center for Business Knowledge (CBK), que ha sido pionera en impulsar, financiar y estimular la gestión del capital intelectual. El fruto más notable de estas iniciativas ha sido el desarrollo por parte de Kaplan y Norton del modelo denominado "Balanced Scorecard".

Otras aportaciones interesantes por parte de las empresas consultoras han sido las de Arthur Andersen conjuntamente con A.P.Q.C., Booz Allen, McKinsey & Company e I.B.M. Consulting Group, aunque todas ellas enfocadas para el uso interno de los resultados.

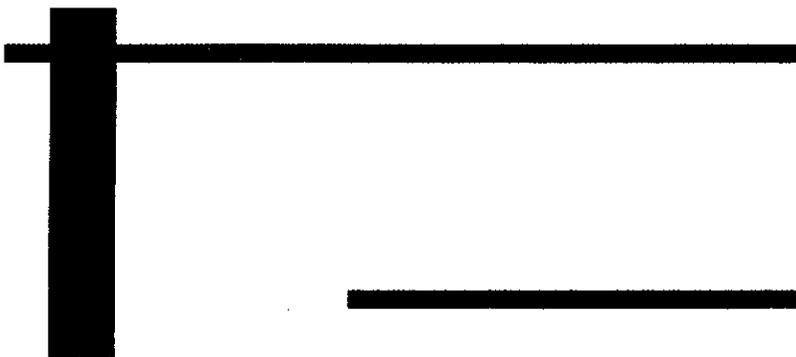
**b. LOS REALIZADOS POR EMPRESAS DE ALTA TECNOLOGÍA**

Se refieren a las investigaciones realizadas por Hewlett Packard, Dow Chemical, Hughes Space and Communication, Merck y Nova Care. Todas ellas se centran básicamente en el Capital Intelectual de las funciones de Innovación e Investigación y Desarrollo, aunque con muchas variantes y diversos enfoques.

**c. LOS REALIZADOS POR INSTITUCIONES FINANCIERAS Y COMPAÑÍAS DE SEGUROS**

Entre los esfuerzos realizados por instituciones financieras y compañías de seguros tiene un carácter relevante el realizado por SKANDIA, cuyo director de Capital Intelectual Leif Edvinson ha escrito conjuntamente con Michael Malone un libro titulado "El Capital Intelectual: Como identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa". En este libro se describe la filosofía fundamental respecto al Capital Intelectual y lo que es más importante se explica el modelo utilizado por SKANDIA para gestionar dicho Capital Intelectual.

Este modelo es el único que intenta vincular los indicadores de Capital Intelectual con los resultados financieros mediante un "Balanced Scorecard" que se entrega a los accionistas y al público en general como un complemento a dichos resultados financieros.



**MARCO PRACTICO**



## **MARCO PRACTICO**

### **5. MARCO PRACTICO**

#### **5.1. MODELOS PARA LA MEDICIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL**

A lo largo de los últimos años se han formulado una serie de modelos para la medición del capital intelectual, una síntesis de las propuestas más importantes es como sigue:

##### **a. RAZÓN ENTRE VALOR DE MERCADO Y VALOR CONTABLE<sup>28</sup>**

Se conoce como fondo de comercio, derecho de llave o goodwill.

El valor de mercado es el valor de las acciones por el número de acciones. El valor contable es la parte patrimonial del balance, es decir, lo que queda una vez que se descuentan todos los pasivos. Este es un método sencillo, razonable y rápido.

A pesar de las imperfecciones que representa la consideración de la capitalización bursátil y el carácter a primera vista reduccionista que tendría enfocar el capital intelectual sólo a partir del goodwill, hay que reconocer que este valor obedece al comportamiento de la Bolsa y va a fluctuar en dependencia de los conocimientos que tengan de la organización otras personas o entidades y va a estar condicionado por su imagen, su proyección en el entorno, sus perspectivas y el valor conocido de su capital humano.

Si la empresa no cotiza en Bolsa pudiera estimarse el dato a partir de lo que estaría dispuesto a pagar alguien si la fuera a comprar, pero como es poco

---

28 Citado por Abilio Marrero Rodríguez MSc. ESI Holguin, [www.Gestiondelconocimiento.com](http://www.Gestiondelconocimiento.com)

probable que se tenga ese dato es preferible entonces aplicar el método siguiente:

**b. MÉTODO NCI DE ILLINOIS<sup>29</sup>**

NCI de Illinois (Kellogg School of Business de Northwestern University) propuso una manera elegante de asignar un valor monetario a los bienes intangibles, adaptando el que se usa para calcular el valor de una marca. Una marca permite a su propietario obtener una rentabilidad de capital superior a sus competidores. El cálculo de esa diferencia permite determinar el valor de la marca.

- Calcular el promedio de ganancias antes de impuestos durante 3 años
- Buscar en el balance los bienes tangibles promedio durante 3 años
- Encontrar la rentabilidad sobre activos, dividiendo la ganancia entre los activos
- Buscar información similar de otras empresas de la misma industria en los últimos 3 años. (Si la rentabilidad de la organización es menor que la media del sector no es aplicable este método)
- Calcular la "Rentabilidad excedente", multiplicando la Rentabilidad promedio por el monto de bienes tangibles de la empresa, obteniendo lo que ganaría una empresa promedio de ese sector. Restar las ganancias de esta empresa obteniendo el valor del excedente
- Calcular los impuestos que se pagarían. Restar estos impuestos a la ganancia excedente
- Calcular el valor presente de ese valor, por ejemplo, dividiendo entre el costo de capital de la empresa

---

29 Citado por Abilio Marrero Rodríguez MSc. ESI Holguin, [www.Gestiondelconocimiento.com](http://www.Gestiondelconocimiento.com)

En caso de rentabilidades inferiores a la media del sector, puede usarse el método siguiente:

**C. LA "q" DE TOBIN <sup>30</sup>**

La "q de Tobin" es un índice desarrollado por James Tobin, premio Nóbel de Economía. Compara el valor de adquisición de un bien con su valor de reposición.

Una vez que se ha calculado el valor total del capital intelectual por cualquiera de los métodos anteriores, deben darse los siguientes pasos:

- Aplicar métodos de ponderación que asigne un máximo de puntos a cada indicador según el grado de importancia con respecto al total de puntos a distribuir, que llamaremos (TP)
- Determinar por métodos de expertos el valor óptimo para cada indicador
- Calcular el valor actual de cada indicador
- Determinar la cantidad de puntos que le correspondería del máximo posible
- Aplicar la proporción que representan los puntos obtenidos con respecto a TP al valor total calculado del capital intelectual, obteniéndose de este modo el importe que le corresponde a cada indicador

Llegado a este punto puede ya confeccionarse un balance para cada componente de los activos intangibles con su valor al DEBE y el total de capital intelectual al HABER.

Si se suma el total de puntos distribuidos y se resta del total de puntos a distribuir y según la proporción se aplica al valor del capital intelectual se

---

30 Citado por Abilio Marrero Rodríguez MSc. ESI Holguin, [www.Gestiondelconocimiento.com](http://www.Gestiondelconocimiento.com)

obtendrá cuánto se está dejando de ganar por la no utilización plena de las potencialidades que aporta el capital intelectual a la organización.

Para que la empresa pueda obtener información sistemática y confiable debe diseñar un sistema informativo que genere los datos necesarios.

Hay que tener en cuenta que, si bien el modelo prevé llegar a determinar el valor financiero del capital intelectual y de cada uno de los componentes de los activos intangibles como vía de actualizar el valor real de la empresa en sus libros contables y de permitir la comparación entre diferentes empresas, así como, la consolidación de información a nivel de grandes organizaciones, la información realmente de utilidad para la gestión del capital intelectual dentro de la empresa, sería el informe que debe acompañarse al balance general con los análisis de variaciones, tendencias, gráficos de crecimiento y cualquier otra herramienta o técnica estadística que facilite su presentación.

**d. EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL O MARCADOR EQUILIBRADO<sup>31</sup>**

El Cuadro de Mando Integral ha sido desarrollado por Kaplan y Norton y explicado de manera detallada en su libro del mismo nombre.

Cada organización tienen múltiples «stakeholders» o grupos de individuos con los que interacciona para desarrollar sus negocios, y como señalan los autores en los últimos años los modelos de «stakeholders», grupos de personas que tienen interés en la empresa, como los empleados, clientes e inversores, se han traducido en marcadores equilibrados.

Como señalan Kaplan y Norton, la premisa sobre la que se construye el Cuadro de Mando Integral es que para tener una organización con éxito, se deben satisfacer los requisitos demandados por tres grupos de individuos:

- Los inversores, que requieren rendimientos financieros, medidos a través de la rentabilidad económica, el valor de mercado y cash flow.

---

31 KAPLAN - NORTON, "El Cuadro de Mando Integral, The Balanced Scorecard"  
Ediciones Gestión 2000, S. A. 1999

- ☑ Los clientes, que exigen calidad, medida a través de la cuota de mercado, el compromiso y retención del cliente.
- ☑ Los empleados, que desean un lugar de trabajo próspero, que se puede medir como las acciones de los empleados y la organización

Añade, junto con las medidas financieras, medidas para los clientes, los procesos internos y la innovación. El Cuadro de Mando Integral recoge las medidas del grupo de empleados, el más difícil de medir, a través la productividad, las personas, y los procesos.

**e. EL MONITOR DE ACTIVOS INTANGIBLES (INTANGIBLE ASSETS MONITOR™)<sup>32</sup>**

Esta herramienta constituye una teoría de flujos y stocks cuyo objetivo es guiar a los directivos en la utilización de activos intangibles, identificación de flujo y renovación de los mismos, así como evitar su pérdida.

Se centra en tres activos intangibles: Activos de estructura externa, activos de estructura interna, y activos de capacidad de las personas, aceptando los indicadores financieros existentes.

Una empresa que utiliza esta herramienta en la medición de sus activos intangibles es la empresa sueca CELEMI, cuya actividad se centra en el desarrollo y venta de herramientas a nivel global. El Monitor de Activos Intangibles de CELEMI tiene por objetivo determinar si sus activos intangibles están generando valor y si se utilizan eficientemente.

El denominado "Balance Invisible" de CELEMI, clasifica estos activos bajo los siguientes títulos:

- ☑ **Nuestros clientes.** Se refiere a una estructura externa de relaciones con clientes, proveedores, marcas, contratos, reputación e imagen. Los empleados de Celemi son los que crean esta estructura

---

32 Citado por Abilio Marrero Rodríguez MSc. ESI Holguin, [www.Gestiondelconocimiento.com](http://www.Gestiondelconocimiento.com)

- ☑ **Nuestra organización.** Es la estructura organizativa constituida por patentes, conceptos, modelos de contratos con proveedores y sistemas informáticos y de apoyo
- ☑ **Nuestra gente.** Son las capacidades combinadas de los empleados de CELEMI.

El Informe Anual de CELEMI (1995), afirma que para conocer el impacto de los clientes, la empresa calcula la proporción de ventas procedentes de tres categorías de clientes:

- ☑ Aquellos que incrementan la imagen, es decir, la estructura externa
- ☑ Aquellos que aumentan la organización, mejorando por tanto la estructura interna
- ☑ Aquellos que incrementan la capacidad, permitiendo que los empleados de Celemi aprendan de ellos

INDICADORES DE ESTRUCTURA EXTERNA (NUESTROS CLIENTES)	INDICADORES DE ESTRUCTURA INTERNA (NUESTRA ORGANIZACIÓN)	INDICADORES DE CAPACIDAD (NUESTRAS PERSONAS)
<p><b>Indicadores de crecimiento / renovación</b> Crecimiento orgánico Rentabilidad por cliente Clientes que amplían la imagen de la empresa</p>	<p><b>Indicadores de crecimiento / renovación</b> Inversiones en tecnologías de la información Clientes que aumentan la estructura</p>	<p><b>Indicadores de crecimiento / renovación</b> Numero de años en la profesión Nivel de educación Costos de formación y educación Crecimiento en la capacidad profesional Rotación de capacidades Clientes que amplían la capacidad</p>
<p><b>Indicadores de eficiencia</b> Índice de clientes satisfechos Ventas por cliente Índice de pérdida / ganancia</p>	<p><b>Indicadores de eficiencia</b> Proporción del personal de apoyo Índice de actitudes / valores</p>	<p><b>Indicadores de eficiencia</b> Proporción de profesionales Efecto apalancamiento Valor añadido por empleado Valor añadido por profesional Beneficio por empleado Beneficio por profesional</p>

<b>Indicadores de estabilidad</b>	<b>Indicadores de estabilidad</b>	<b>Indicadores de estabilidad</b>
Proporción de grandes clientes	Edad de la organización	Rotación de expertos
Estructura de edad	Ratio de la rotación de personal de apoyo	Antigüedad de experto
Ratio de clientes consagrados	Ratio de principiantes	Edad media de todos los empleados
Frecuencia de ordenes repetidas	Antigüedad	

**Fuente:** Adaptado del "Intangible Assets Monitor™" publicado en el informe anual de CELEMI en 1997

CELEMI ha desarrollado diferentes herramientas que permiten a las empresas valorar y comprender mejor sus activos intangibles. Entre ellas esta Tango™, la primera simulación empresarial de la organización del conocimiento, desarrolladas conjuntamente por Klas Mellande, Celemi y Sveiby.

Esta es una herramienta de simulación que permite identificar los activos intangibles claves de la empresa, medirlos, y gestionarlos en coordinación con los activos tangibles.

Los activos intangibles se estudian a diferentes niveles:

- Crecimiento y renovación
- Eficiencia
- Estabilidad de diferentes parámetros de la empresa

Se lanzó al mercado en 1994 y desde 1995 la propia empresa Celemi utiliza esta herramienta en su Informe Anual.

**f. MODELO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA POR COMPETENCIAS: EL CAPITAL INTELECTUAL<sup>33</sup>**

El Modelo de Dirección Estratégica por Competencias (Bueno, 1998) está integrado por cuatro bloques: Capital organizativo, capital humano, capital tecnológico y capital relacional, que reflejan los tres pilares básicos de la Dirección Estratégica por Competencias:

33 Citado por Abilio Marrero Rodríguez MSc. ESI Holguin, <http://Gestiondelconocimiento.com>

- ☑ Conocimientos (Co)
- ☑ Capacidades (Ca)
- ☑ Actitudes y Valores (A), que constituyen la competencia básica distintiva

Para el cálculo del capital intelectual, propone la siguiente fórmula:

$$\mathbf{CI = CH + CO + CT + CR}$$

Donde:

- CI = Capital intelectual o intangible
- CH = Capital humano o conjunto de competencias personales
- CO = Capital organizativo o conjunto de competencias organizativas
- CT = Capital Tecnológico o conjunto de competencias tecnológicas
- CR = Capital relacional o conjunto de competencias relacionales o de entorno

Sustituyendo los componentes de la "competencia básica distintiva" (CBD = A + Co + V + Ca)

$$\mathbf{CI = (A^h + Co^h + Ca^h) + (A^o + Co^o + Ca^o) + (A^t + Co^t + Ca^t) + (A^r + Co^r + Ca^r)}$$

Siendo:

- h** = Superíndice que expresa las competencias de las personas, suma de sus actitudes, valores, de sus conocimientos y capacidades de aprender y actuar.
- o** = Superíndice que explica las competencias de la organización, suma de sus actitudes o valores, de sus activos intangibles (conocimientos incorporados por el aprendizaje organizativo) y sus capacidades.

**t** = Superíndice que indica las competencias tecnológicas, suma de sus actitudes, o visión tecnológica, de los conocimientos tecnológicos incorporados (patentes, modelos, etc.) y las capacidades tecnológicas o "know-how"

**r** = Superíndice que expresa las competencias relacionadas, suma de las actitudes o de la visión estratégica, de los conocimientos incorporados (alianzas, contratos, marcas, etc.) y de las capacidades en la gestión de las relaciones con los "agentes frontera"

**g. TECHNOLOGY BROKER<sup>34</sup>**

Annie Brooking, fundadora y directora de la Consultoría The Technology Broker (Reino Unido), líder en servicios de desarrollo del Capital Intelectual, desarrolla un modelo de medición de activos intangibles que se recoge bajo el nombre de Technology Broker en su libro Auditoria del Capital Intelectual.

Las medidas de Capital Intelectual son útiles por las siguientes razones:

- Validan la capacidad de la organización para alcanzar sus metas
- Planificar la investigación y desarrollo
- Proveen información básica para programas de reingeniería
- Proveen un foco para educación organizacional y programas de formación
- Calculan el valor de la empresa
- Amplían la memoria organizativa

El Capital Intelectual esta formado por cuatro categorías de activos:

- Activos de mercado**  
Son marcas, clientes, imagen, cartera de pedidos distribución, capacidad de colaboración, etc.

---

34 A. BROKING; "El Capital Intelectual", Paidós Empresa 53, 1997

- ☑ **Activos humanos**  
Son educación, formación profesional, conocimientos específicos del trabajo, habilidades
  
- ☑ **Activos de propiedad intelectual**  
Son patentes, copyright, derechos de diseño, secretos comerciales, etc.
  
- ☑ **Activos de infraestructura**  
Son la filosofía del negocio, cultura organizativa, sistemas de información, bases de datos existentes en la empresa, etc.

Al igual que en el Modelo de Skandia, el Modelo Technology Broker supone que la suma de activos tangible más el Capital Intelectual, configuran el valor de mercado de una empresa.

Este modelo, a diferencia de los anteriores, revisa una lista de cuestiones cualitativas, sin llegar a la definición de indicadores cuantitativos, y además, afirma que el desarrollo de metodologías para auditar la información es un paso previo a la generalización de la medición del Capital Intelectual.

#### **h. NAVEGADOR SKANDIA<sup>35</sup>**

Aplicando los alcances del modelo NAVEGADOR SKANDIA, un grupo de empresas suecas y danesas han comenzado a medir estos activos intangibles, y citan varias razones para hacerlo:

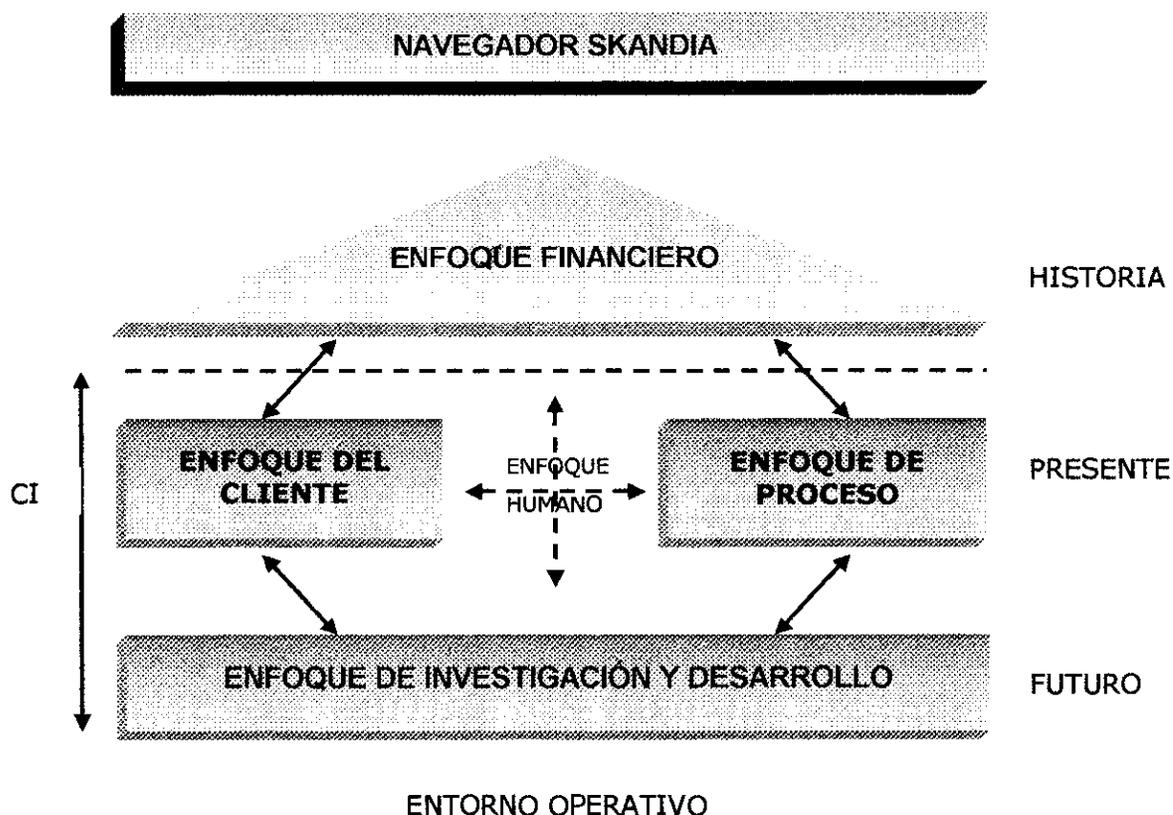
- ☑ Refleja más acertadamente el valor real de la empresa
  
- ☑ Se demanda una gestión eficiente de los intangibles
  
- ☑ "Lo que se mide, se gestiona", es decir, hay que centrarse en proteger y aumentar aquellos activos que reflejan valor

---

35 L. EDVINSSON Y M. S. MALONE; "EL Capital Intelectual", *Gestión 2000*, 1999

- ☑ Apoya el objetivo corporativo de aumentar el valor de los accionistas
- ☑ Proporciona información más útil a inversores actuales y potenciales. Cuanto mayor sea el ratio de valor de activos intangibles respecto a los activos tangibles en una empresa, mayor será la incertidumbre de la inversión. Por ello, las empresas necesitan declarar sistemáticamente sus activos intangibles

Se expone a continuación las características de dicho modelo:



Después de un constante perfeccionamiento, el modelo se ha acreditado como una herramienta efectiva que probablemente servirá de base para la mayoría de las herramientas de navegación del Capital Intelectual del futuro.

El modelo no está estructurado en tipos de capital sino que se compone de cinco áreas de enfoque. Es decir, estas son las áreas en las cuales la organización debe centrar su atención, y de ese enfoque se deriva el valor del Capital Intelectual de la compañía dentro de su entorno competitivo.

Se puede observar que el esquema del Navegador es esencialmente una casa, una metáfora visual de la organización. El triángulo superior, es el **Enfoque Financiero**, que incluye los estados financieros. El enfoque financiero es el pasado de la empresa, una medición de dónde estaba en un momento específico. Los indicadores de este enfoque están en su mayoría bien elaborados; sin embargo, la noción de "enfoque" permite agregar nuevas mediciones, especialmente indicadores que evalúen el rendimiento, la rapidez y la calidad.

Al movernos hacia abajo en las paredes de la casa del Capital Intelectual, entramos en el presente y en las actividades de la compañía que se centran en él. Estas son el **Enfoque del Cliente** y el **Enfoque de Proceso**, el primero mide un distinto tipo de Capital intelectual, y el segundo, mide una de las partes más grandes del capital estructural.

Finalmente, la base de nuestra casa, señala hacia el futuro. En ella hay el **Enfoque de Innovación y Desarrollo**, la otra parte del capital estructural. Los índices en esta región miden no solo si la empresa se está preparando bien para el futuro, a través de la formación y capacitación de sus empleados, el desarrollo de nuevos productos, etc., sino también si dicha empresa está abandonando con paso firme el pasado obsoleto a través de la rotación de los productos y el abandono de los mercados decrecientes y de otras acciones estratégicas. También nos indica las probables características del entorno del negocio en el que la empresa se verá forzada a operar en el futuro.

Hay aún un último enfoque que se encuentra en el centro de la casa, que es la fuerza activa en la organización, toca todas las otras regiones del Capital Intelectual: es el **Enfoque Humano**. Esta es la parte que consiste en la competencia y capacidades de los empleados, el compromiso de la compañía para ayudar a mantener esas habilidades permanentemente afinadas y

actualizadas, utilizando si para ello es necesaria la colaboración de expertos externos. Es la combinación de experiencia e innovación de estos empleados y las estrategias de la empresa para cambiar o mantener esta combinación.

Se debe entender que los conocimientos los aprenden, generan y manejan las **personas** en su quehacer diario y, que además de portarlos en sus propias cabezas, lo dejan incrustado en su organización en forma de "know-how" de las diferentes actividades y sistemas; en los procesos de trabajo; en sus relaciones con los agentes frontera: proveedores, distribuidores, agentes, clientes, etc.. Son, en definitiva, la fuente de ventaja competitiva; los inductores y generadores del valor añadido, de ingresos y beneficios, es decir los generadores de riqueza.

En resumen, los conocimientos que generan valor o el Capital Intelectual son la clave del éxito de las empresas que compiten en el contexto económico, político, social y tecnológico de nuestro tiempo, y su papel en el futuro será con toda seguridad cada vez más relevante.

La contabilización y elaboración de Informes de Capital Intelectual presenta tres desafíos principales:

- ☑ La necesidad de mejores herramientas para gestionar la inversión en habilidades de los empleados, bases de información, y capacidades tecnológicas.
- ☑ La necesidad de algún tipo de medición contable que pueda diferenciar entre empresas donde el capital intelectual se aprecia frente a empresas donde este activo se desprecia.
- ☑ La necesidad de ser capaces de medir, en el largo plazo, los rendimientos de la inversión en personas, habilidades, bases de información, y capacidades tecnológicas de la organización.

La implementación de modelos de medición de capital intelectual, y la posterior elaboración de Informes de Capital Intelectual requiera una nueva visión en la empresa. Del concepto tradicional de empresa, se debe avanzar hacia la

consideración de la empresa como **"una organización que aprende"**, donde el capital humano de los empleados es el **"driver"** principal de la espiral de creación de conocimiento.

**En resumen**, los activos intangibles constituyen en la actualidad el factor determinante de la habilidad empresarial para producir beneficios. Es por ello que los entes económicos pueden crear conocimiento implícito aplicable y transformarlo a explícito sobre aspectos tecnológicos, actividades de producción, condiciones de mercado u otros procesos organizacionales del ente, para generar nuevos productos y servicios, ampliar y asegurar al cliente, mejorar los procesos de producción y comercialización, aprovechar las oportunidades de negocios y neutralizar los riesgos.

## **5.2 MEDICIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL: NAVEGADOR SKANDIA<sup>36</sup>**

La empresa no solo debe gestionar su conocimiento eficientemente sino cuantificarlo mediante herramientas de medición del capital intelectual organizativo. Estas mediciones son de interés tanto desde el punto de vista interno, posibilita la mejora de la eficiencia organizativa, como externo, los "stakeholder"- grupos interesados en la empresa- obtienen una valoración más completa de la empresa.

Edvinsson y Malone, determinan los factores de éxito que se tienen que maximizar, y los agrupa en las siguientes áreas de enfoque:

- a. Financiero
- b. Clientes
- c. Proceso
- d. Renovación y Desarrollo
- e. Humana

Dichas áreas forman parte de la Taxonomía propia de Skandia para medir el impacto del Capital Intelectual en el valor que se tiene en el mercado.

---

36 L. EDVINSSON Y M. S. MALONE; *"EL Capital Intelectual"*, Gestión 2000, 1999

Se presentan los indicadores propuestos, que deben tener cuatro características implícitas que deben ser:

- Pertinencia
- Precisión
- Ilimitada (es decir omnímoda en su alcance)
- Fácil de medir

**a. ENFOQUE FINANCIERO**

El movimiento de dinero dentro de la organización es la medida más tangible de su valor. La realidad de la historia es como asignar un valor monetario a toda actividad y a todo activo.

Tradicionalmente los estados financieros constituyen la fuente de información financiera de la empresa y considerando los alcances del capital intelectual se presenta una paradoja: los estados financieros no pueden ser independientes del informe de capital intelectual y al mismo tiempo ser parte de él.

Esta situación genera varias interrogantes: ¿Qué relación guardan los estados financieros, con los indicadores del capital intelectual?. ¿Los estados financieros se deben modificar para incorporar los alcances del capital intelectual?.

En respuesta a estas interrogantes podemos decir que se prevé que en un próximo futuro, nuevas medidas de valor deben ser incorporadas en los estados financieros y algunos conceptos de valuación antiguos, como el concepto del costo histórico reexpresado de los bienes de uso, deben ser sustituidos por otros.

**Edvinsson y Malone**, señalan que la "contabilidad empresarial moderna ya no es una operación aparte e independiente cuya función es sumar recibos y cortar cheques y computar beneficios al final del trimestre. La organización moderna es un lugar donde los datos financieros, recogidos al minuto, corren de una base de datos a otra dentro de la empresa: donde un vendedor listo crea hoy por la mañana un activo nuevo o éste se pierde por la tarde por la desidia de un burócrata perezoso; y, mas que nada, donde el éxito o el fracaso de toda una empresa puede descansar en una decisión táctica tomada por un alto ejecutivo basándose en datos contables completos que tienen que estar actualizados hasta ese preciso momento".

Como parte de sus actividades habituales la empresa genera un flujo de información muy grande proveniente de los diferentes sectores de ésta; sin embargo, parte de esta información es inservible, parte de ella muy peligrosa, datos que pueden ser útiles y de valor permanente, o de uso amplio o restringido.

Esta cantidad de datos es poco factible de ser analizada de manera pormenorizada, por la falta de tiempo, pero tampoco es justo que ésta sea reducida a cuadros y esquemas, previstas en normas contables y legales, como se hace hoy en día, destinados a tomar decisiones para los diferentes usuarios de estos resúmenes.

La única solución frente a este caos de datos que tiene la empresa, es proceder a la investigación, traducción y esquematización de los mismos con destino a producir índices e indicadores que calculen la marcha de la empresa. Sin embargo, estos indicadores deben ser lo suficientemente profundos y completos para captar todos activos de la empresa.

Los autores del modelo proponen un conjunto inicial de indicadores, que pueden ser enmendados con base en el tiempo y la experiencia, y esta representado por los siguientes:

Nº	INDICADOR	VALORACIÓN
1	ACTIVOS TOTALES	Bs
2	ACTIVOS TOTALES / Nº EMPLEADOS	Bs
3	INGRESOS TOTALES / ACTIVOS TOTALES	%
4	UTILIDAD NETA / ACTIVOS TOTALES	Bs
5	INGRESOS PROVENIENTES DE NUEVOS NEGOCIOS	Bs
6	UTILIDADES PROVENIENTES DE NUEVOS NEGOCIOS	Bs
7	INGRESOS TOTALES / Nº EMPLEADOS	Bs
8	TIEMPO DE ATENCIÓN AL CLIENTE / Nº EMPLEADOS	%
9	UTILIDAD NETA / Nº EMPLEADOS	Bs
10	INGRESOS COMERCIALES PERDIDOS COMPARADO CON PROMEDIO DEL MERCADO	%
11	INGRESOS PROVENIENTES DE NUEVOS CLIENTES / INGRESOS TOTALES	%
12	VALOR DE MERCADO DE LA EMPRESA	Bs
13	RENDIMIENTO SOBRE EL VALOR NETO DE LOS ACTIVOS	%
14	RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS NETOS RESULTANTES DE OPERACIÓN DE UN NEGOCIO NUEVO	Bs
15	VALOR AÑADIDO / Nº EMPLEADOS	Bs
16	VALOR AÑADIDO / Nº EMPLEADOS DE INFORMÁTICA	Bs
17	INVERSIONES EN INFORMÁTICA	Bs
18	VALOR AÑADIDO / Nº CLIENTES	Bs

Considerando la lista de indicadores se puede evidenciar un patrón de cuatro tipos de índices:

- De carácter acumulativo
- Competitivos
- Comparativos
- Combinados

**b. ENFOQUE AL CLIENTE**

Las empresas hacen grandes esfuerzos para satisfacer a los clientes en su meta de "servicio total al cliente", para su logro se destinan grandes cantidades de recursos, así como una variedad cada vez más amplia de

herramientas tecnológicas para mantener a los clientes satisfechos, el mayor tiempo posible.

Las empresas proporcionaron a los clientes una inmensa variedad de productos para satisfacer sus necesidades, como es el caso de los microprocesadores, automóviles, medicamentos, equipos de diagnóstico médico, la robótica en la industria, etc., todo esto está revolucionando la sociedad, en especial porque exige a los competidores más en cuanto a su relacionamiento con sus clientes.

Esta situación determina que los consumidores efectúen un control mayor sobre el proceso de compra, espera poder definir personalmente el producto o servicio a la medida de sus necesidades, así como espera estar informado sobre el uso del producto y sus características y en su caso poder contar con un servicio de postventa fácil de acceder, en resumen quiere un servicio personalizado, de entrega inmediata, sin fallas, en su relación con la empresa.

Los indicadores se diseñan para interpretar las relaciones entre la empresa y sus clientes actuales y potenciales, considerando básicamente los siguientes elementos:

- Tipo de cliente
- Duración del cliente
- Papel del cliente
- Apoyo al cliente
- Éxito con el cliente

Estos elementos nos permitirán obtener entre otros: un perfil del cliente típico para el producto de la empresa; los niveles de educación; renta; rotación de la actual base de datos; tiempo de permanencia y lealtad del cliente; cuál el papel de éstos en el diseño del producto; la atención postventa y cuáles son los niveles de éxito con los clientes.

Los indicadores sugeridos para la evaluación de este enfoque son:

Nº	INDICADOR	VALORACIÓN
1	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	%
2	NUMERO DE CLIENTES	Nº
3	TOTAL DE VENTAS ANUALES / Nº DE CLIENTES	Bs
4	CLIENTES PERDIDOS	Nº
5	DURACIÓN MEDIA DE RELACIÓN CON EL CLIENTE	Nº
6	TAMAÑO MEDIO DE CLIENTES	Bs
7	CALIFICACIÓN DE LOS CLIENTES	%
8	Nº VISITAS DEL CLIENTE A LA EMPRESA	Bs
9	DÍAS DEDICADOS A VISITAR A LOS CLIENTES	Nº
10	Nº DE CLIENTES / Nº DE EMPLEADOS	Bs
11	PERSONAL GENERADOR DE INGRESOS	Nº
12	TIEMPO MEDIO ENTRE EL CONTACTO CON EL CLIENTE Y LA VENTA	Nº
13	PROPORCIÓN DE CONTACTOS PARA VENDER / VENTAS CERRADAS	%
14	ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	%
15	INVERSIÓN EN TI / Nº DE VENDEDORES	Bs
16	INVERSIÓN EN TI / Nº DE EMPLEADOS DE SERVICIO Y APOYO	Bs
17	COMPETENCIA DE CLIENTES EN INFORMÁTICA	%
18	GASTOS DE APOYO A CLIENTES/ Nº DE CLIENTES	Bs
19	GASTOS EN SERVICIO A CLIENTES / AÑO	Bs
20	GASTOS EN SERVICIOS A CLIENTES / CONTACTOS	Bs

Como se puede observar la mayoría de los indicadores son menos en términos monetarios y están mas bien expresados a "base de flujos", aspecto por el cual estos indicadores están expresados en porcentajes y números de contrato, número de fondos, etc.

**c. ENFOQUE DE PROCESO**

Este enfoque tiene que ver con el uso de la tecnología como una herramienta para sostener la creación de valor en las empresas.

La tecnología en forma de intercambio electrónico de datos, páginas web, redes de inventarios y demás, ha hecho posible nuevos tipos de relacionamiento de la empresa con proveedores, socios y clientes que son fundamentales para sobrevivir en un mundo altamente competitivo y un alto porcentaje de utilización de tecnología.

Sin embargo, la tecnología tiene un costo y muchas veces este es muy elevado, una razón mas para evaluar cuidadosamente la tecnología que utiliza la empresa.

El uso de la tecnología siempre tiene sus riesgos, si se adopta un nuevo invento, es posible que se obtenga una ventaja comparativa con los competidores, pero si esa tecnología fracasa el impacto en la empresa puede resultar en una pérdida significativa. Elegir una tecnología equivocada para el sistema de información gerencial, es una pesadilla de cualquier ejecutivo.

La implementación de tecnología en la empresa, debe considerar los siguientes elementos, recomiendan Edvinsson y Malone:

- Valorar las tecnologías de proceso únicamente cuando contribuyan al valor de la empresa
- Vigilar la edad y el apoyo actual por parte del vendedor para la tecnología de proceso de la empresa
- Medir no solo especificaciones de rendimiento del proceso sino la aportación de valor real a la productividad empresarial
- Incorporar un índice de rendimiento de proceso en relación con metas establecidas de rendimiento de proceso

Los indicadores sugeridos para la evaluación de este enfoque son:

Nº	INDICADOR	VALORACIÓN
1	TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS / INGRESOS TOTALES	%
2	COSTOS POR ERRORES ADMINISTRATIVOS / INGRESOS ADMINISTRATIVOS	%
3	TIEMPO DE PROCESAMIENTO DE DESEMBOLSOS	Nº
4	CONTRATOS REGISTRADOS SIN ERRORES	Nº
5	PUNTOS DE FUNCIÓN / Nº DE EMPLEADOS MES	Nº
6	ORDENADORES PERSONALES Y PORTÁTILES / Nº DE FUNCIONARIOS	Nº
7	CAPACIDAD DE LA RED / Nº DE EMPLEADOS	Nº
8	GASTOS ADMINISTRATIVOS / Nº DE EMPLEADOS	Bs
9	GASTO EN TI / Nº DE EMPLEADOS	Bs
10	GASTO EN TI / GASTOS ADMINISTRATIVOS	%
11	GASTO ADMINISTRATIVO / TOTAL PRIMAS PAGADAS	Bs
12	CAPACIDAD DE MEMORIA DE LOS ORDENADORES	Nº
13	VARIACIÓN DE LOS INVENTARIOS EN TI	Bs
14	RENDIMIENTO DE LA CALIDAD EMPRESARIAL (ISO 9000)	Nº
15	RENDIMIENTO DE LA EMPRESARIAL / META DE CALIDAD	%
16	INVENTARIO EN TI ININTERRUMPIDO / INVENTARIO TI	%
17	CAPACIDAD DE TI / Nº DE EMPLEADOS	Nº
18	RENDIMIENTO TI / Nº DE EMPLEADOS	Nº

Estos indicadores tienen el propósito de presentar una perspectiva utilizable de cómo usa una empresa sus herramientas tecnológicas para crear valor.

**d. ENFOQUE DE RENOVACIÓN Y DESARROLLO**

Este enfoque pretende proyectar al futuro de la empresa, es decir, que esta haciendo la empresa hoy para aprovechar las oportunidades del futuro.

La empresa debe prepararse para hacer frente a las fluctuaciones del mercado, reaccionando de manera oportuna, con base en el carácter y la adaptabilidad de sus empleados, es decir la capacidad de la empresa para renovarse.

Para hacerle frente a esta situación la empresa debe considerar una investigación de:

- La clientela y el impacto que éste tiene en las operaciones futuras de la empresa
- El atractivo de la empresa en el mercado
- Los productos y servicios nuevos que esta la empresa en condiciones de ofertar al cliente
- Los socios estratégicos y su vinculación con los intereses de la empresa
- La infraestructura actual de la empresa y sus perspectivas de ampliación
- Los empleados, y su nivel y perfil de formación

Los indicadores sugeridos para la evaluación de este enfoque son:

Nº	INDICADOR	VALORACIÓN
1	GASTO EN DESARROLLO DE COMPETENCIA / Nº EMPLEADOS	Bs
2	ÍNDICE DE EMPLEADOS SATISFECHOS	Nº
3	INVERSIÓN EN RELACIONES / CLIENTES	Bs
4	PARTICIPACIÓN EN HORAS DE FORMACIÓDN	Nº
5	PARTICIPACIÓN EN HORAS DE DESARROLLO	%
6	PARTICIPACIÓN EN OPORTUNIDADES	%
7	GASTO EN I+D / GASTO ADMINISTRATIVO	%
8	GASTOS EN FORMACIÓN / Nº EMPLEADOS	Bs
9	GASTO EN FORMACIÓN / GASTO ADMINISTRATIVO	%
10	GASTO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS / GASTO ADMINISTRATIVO	%
11	PROPORCIÓN DE EMPLEADOS MENORES DE 40 AÑOS	%
12	GASTO EN DESARROLLO DE TI / GASTO EN TI	%
13	GASTO EN TI PARA FORMACIÓN / GASTO EN TI	%
14	RECURSOS DE I+D / RECURSOS TOTALES	%

<b>Nº</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>VALORACIÓN</b>
15	OPORTUNIDADES DE BASE DE CLIENTES CAPTADA	Nº
16	PROMEDIO DE EDAD DE LOS CLIENTES	Nº
17	PROMEDIO DE EDUCACIÓN	Nº
18	PROMEDIO DE INGRESOS	Nº
19	PROMEDIO DE DURACIÓN DEL CLIENTE CON LA EMPRESA, MESES	Nº
20	INVERSIÓN EN EDUCACIÓN / Nº DE CLIENTES	Bs
21	COMUNICACIONES DIRECTAS CON CLIENTES / AÑO	Nº
22	GASTO NO RELACIONADO CON PRODUCTO / CLIENTE / AÑO	Bs
23	INVERSIÓN EN DESARROLLO DE NUEVOS MERCADOS	Bs
24	INVERSIÓN EN DESARROLLO DE CAPITAL ESTRUCTURAL	Bs
25	VALOR DEL SISTEMA INTERCAMBIO ELECTRÓNICO DE DATOS IED	Bs
26	ACTUALIZACIÓN DEL SISTEMA IED	Bs
27	CAPACIDAD DEL SISTEMA IED	Nº
28	PROPORCIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS (MENOS DE DOS AÑOS) / FAMILIA TOTAL DE PRODUCTOS DE LA EMPRESA	%
29	I+D INVERTIDA EN INVESTIGACIÓN BÁSICA	%
30	I+D INVERTIDA EN DISEÑO DE PRODUCTOS	%
31	I+D INVERTIDA EN APLICACIONES	%
32	INVERSIÓN EN APOYO Y CAPACITACIÓN PARA NUEVOS PRODUCTOS	Bs
33	PROMEDIO DE EDAD DE LAS PATENTES DE LA EMPRESA	Nº
34	PATENTES PENDIENTES	Nº

Los indicadores propuestos evidentemente son numerosos, sin embargo, su aplicación estará en relación con al posibilidad de obtener la información. Los indicadores pretenden identificar el futuro de la empresa, un futuro incierto y tan difícil de predecir, de ahí la necesidad de contar con varios indicadores.

**e. ENFOQUE HUMANO**

Constituye sin lugar a dudas el factor más dinámico de la empresa, debido a que éste penetra en todas los demás enfoques sirviendo como un agente activo sobre ellas.

Sin embargo, por la naturaleza del factor humano su medición es muy difícil, no hay manera de saber que piensa el empleado o el directivo, aspecto por el cual los autores Edvisson y Malone, recomiendan que los indicadores tienen necesariamente que ser:

- ☑ **Bien pensados**, a fin de medir algo que parece importante pero que en realidad no significa nada
- ☑ **Bien diseñados**, para recoger los ruidos de otras variables subjetivas
- ☑ **Teleológico**, porque el acto en si de medir un sistema métrico refleja los prejuicios del capital humano de la empresa misma. Por consiguiente, es preciso escoger las medidas de forma que reflejen no sólo dónde está la empresa sino donde debería estar. Algunas también deben variar para reflejar los valores cambiantes de la sociedad

Dos investigadores de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCCDE), Riel Miller y Gregory Wurzburg, han llegado a la siguiente conclusión: **"pese a toda la importancia de los conocimientos y destrezas de los trabajadores como factores de su comportamiento, los métodos para medirlos no solo son notoriamente toscos; también son rígidamente determinados por las instituciones que los certifican"**<sup>37</sup>.

¿Cuál es la solución?. Considerar que la evaluación del capital humano es un proceso lleno de peligros, expuesto a riesgos de grandes inexactitudes y fraude, a menos que se llegue a un acuerdo general sobre intención, sistema métrico y valores de la empresa.

Adicionalmente a los problemas mencionados surge otra dificultad: el cambio en las modalidades y estilos tradicionales de trabajo y los modelos de organización empresarial, lo que determina que los obstáculos para la medición del capital intelectual de la empresa se hacen casi abrumadores.

Los indicadores sugeridos para la evaluación de este enfoque son:

---

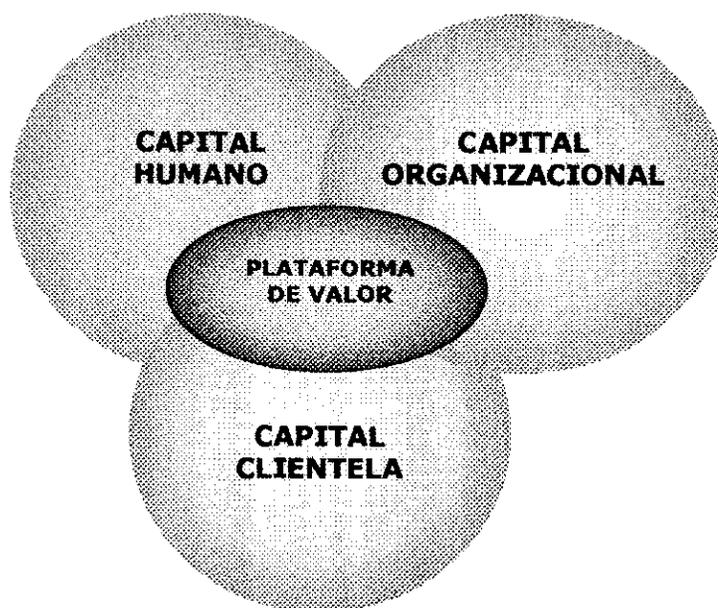
37 Citado por T. A. Stewart , "La Nueva Riqueza de las Organizaciones: El Capital Intelectual", Granica 1998.

Nº	INDICADOR	VALORACIÓN
1	ÍNDICE DE LIDERAZGO	%
2	ÍNDICE DE MOTIVACIÓN	%
3	ÍNDICE DE EMPLEADOS FACULTADOS	Nº
4	NUMERO DE EMPLEADOS	Nº
5	ROTACIÓN DE EMPLEADOS	%
6	PROMEDIO DE AÑOS DE SERVICIO EN LA EMPRESA	%
7	NUMERO DE DIRECTIVOS	Nº
8	NUMERO DE MUJERES DIRECTIVAS	Nº
9	PROMEDIO DE EDAD DE LOS EMPLEADOS	Nº
10	TIEMPO DE FORMACIÓN (AÑOS, DÍAS)	Nº
11	COMPETENCIA DEL PERSONAL	Nº
12	NUMERO DE EMPLEADOS DE TIEMPO COMPLETO / Nº EMPLEADOS PERMANENTES	Nº
13	PROMEDIO DE EDAD DE EMPLEADOS PERMANENTES / Nº EMPLEADOS PERMANENTES	Nº
14	PROMEDIO DE AÑOS EN LA EMPRESA DE EMPLEADOS PERMANENTES	Nº
15	ROTACIÓN ANUAL DE EMPLEADOS DE TIEMPO COMPLETO	Nº
16	COSTO ANUAL DE PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN, COMUNICACIÓN Y APOYO / Nº EMPLEADOS PERMANENTES TIEMPO COMPLETO	Bs
17	Nº PROMEDIO DE EMPLEADOS TEMPORALES DE TIEMPO COMPLETO	Nº
18	COSTO ANUAL DE PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN, COMUNICACIÓN Y APOYO / Nº EMPLEADOS TEMPORALES TIEMPO COMPLETO	Bs
19	PROMEDIO DE DURACIÓN DE CONTRATOS TEMPORALES	%
20	Nº DE DIRECTIVOS CON GRADO SUPERIOR EN CIENCIAS EMPRESARIALES / TOTAL DIRECTIVOS	%
21	Nº DE DIRECTIVOS CON GRADO SUPERIOR EN CIENCIAS E INGENIERÍA / TOTAL DIRECTIVOS	%
22	Nº DE DIRECTIVOS CON GRADO SUPERIOR EN ARTES LIBERALES / TOTAL DIRECTIVOS	%

Los indicadores descritos por cierto que no son suficientes, pero adelanta un poco el proceso de evaluación de uno de los factores de mayor complejidad del capital intelectual.

### **5.3 PLATAFORMA DE VALOR DEL CAPITAL INTELECTUAL**

Los diferentes factores del capital intelectual desarrollados anteriormente se deben sintetizar en un todo coherente y concertado, de tal manera que la intersección de los tres factores: capital humano, capital organizacional y capital clientela, determine la plataforma de valor de la empresa.



Del esquema anterior, se desprende que el valor de la empresa no proviene de ninguno de los tres factores del capital intelectual, sino de la intersección de ellos. Los tres factores deben ser desarrollados de manera uniforme, la deficiencia de uno de ellos determina que la empresa no tiene potencial para convertir su capital intelectual en valor corporativo.



**CONCLUSIONES**



## **CONCLUSIONES**

### **6. CONCLUSIONES**

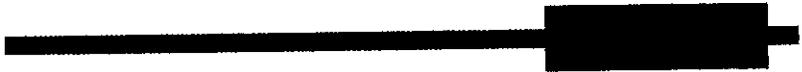
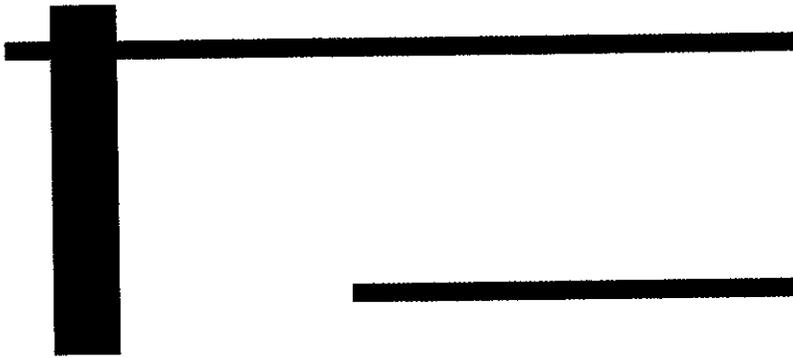
1. En el nuevo modelo organizacional de estructura plana y flexible, el análisis, procesamiento y distribución de datos e información son la esencia de la mayoría de las actividades, profesiones e industrias en general. Ciertamente el crecimiento de empleos y negocios durante los últimos veinte años se ha dado en aquellos conectados con el tratamiento de la información y conocimientos. Una tendencia que continuará en el futuro.
2. Las empresas deben contar con información que consiste básicamente en:
  - ☑ Análisis de fenómenos externos que tengan un efecto en las operaciones de la empresa y en cada uno de sus factores estratégicos clave.
  - ☑ Orientación hacia el futuro, no para predecir eventos futuros, sino para identificar las probables trayectorias de ciertas tendencias.
  - ☑ Conceptos sobre la empresa vista en su totalidad (no en partes o detalles) que destaquen sus fuerzas y debilidades.
  - ☑ Efectos económico-financieros de programas o acciones que se pretendan llevar al cabo.
  - ☑ Proyecciones financieras a corto y largo plazo, explicando no sólo el qué, sino también el porqué de lo que se incluye.
3. En el mundo de hoy, parece ser que el modelo contable tradicional no es suficiente para entregar la información requerida para reflejar el verdadero valor económico de las compañías. Ello se debe fundamentalmente a que los métodos utilizados se centran básicamente en la cuantificación de los activos

tangibles, olvidando la importancia creciente de los intangibles y del conocimiento creador que genera cada empresa.

4. Se ha deteriorado la imagen y credibilidad de los estados financieros como único instrumento para guiar las decisiones de los administradores e inversionistas en torno de una determinada compañía, pues estos hacen énfasis en los activos tangibles como inventarios, la cartera y los bienes de uso como reflejo de valores. No en vano la mayoría de los indicadores financieros, sino todos, se han estructurado con base o en relación con este tipo de activos, olvidando de manera absoluta otros elementos generadores de plusvalía que incrementan de manera sustancial el valor de las compañías, como los ~~activos~~ activos intangibles.
5. La brecha entre los valores reflejados en los estados financieros y la estimación que los inversionistas hacen de las compañías es cada día más grande. En otras palabras, la diferencia entre el valor en libros y el valor de mercado de las empresas se ha incrementado significativamente.
6. El Comité de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) ha presentado la Norma Internacional Contable IAS No 38 que aborda el tema de los activos intangibles. Esta norma sigue una línea **muy conservadora**, alejada de los planteamientos de otras disciplinas o de la propia IFAC, la Federación Internacional de Contadores, que está sugiriendo ideas verdaderamente novedosas sobre el tema de los activos intangibles.
7. La IFAC ha emitido un interesante documento que **recopila los aspectos clave de la valoración del capital intelectual**. El documento expone los desafíos y oportunidades que para la profesión puede suponer identificar y valorar el capital intelectual, para desarrollar la planificación, control, información y auditoría. El estudio reconoce que **la contabilidad del capital intelectual requerirá la invención de nuevos conceptos y prácticas contables**.
8. La Contabilidad, como todo sistema de información, debe adaptarse a las necesidades de sus usuarios en cada periodo histórico, sector o actividad

empresarial. Hoy en día, hay **necesidades de información que no están cubiertas por los estados contables tradicionales.**

9. Los gerentes de las empresas, usuarios en general y los analistas internos y externos formulan nuevas necesidades de información, que se traducen en:
- Información sobre los **riesgos** a que está sometida la empresa.
  - Los **recursos humanos.**
  - Los **activos intelectuales.**
  - El **impacto medioambiental.**
  - Las **impresiones de los clientes** sobre la calidad de nuestros productos o servicios.
10. El sistema de información contable es aun el mayor suministrador de información para la gerencia, sin embargo, la información que hoy interesa a la gerencia de la empresa no está suficientemente reflejada en los estados financieros. Esta información se refiere específicamente, a:
- Actividades de **investigación y desarrollo**
  - Recursos **humanos**
  - Cambios** en los recursos y procesos productivos
  - Capacidad de **innovación**
  - Valor** que aportan los productos **para el consumidor.**



**RECOMENDACIONES**



## **RECOMENDACIONES**

### **7. RECOMENDACIONES**

1. La contabilidad, como un sistema de información para la administración, debe replantear sus funciones y servicios, proporcionando una información más completa cuando examine a la empresa como un sistema extendido, desde la unidad que le provee de insumos, hasta llegar al cliente, pasando por todos los procesos internos de transformación, distribución y comercialización de los productos terminados. Esta interrelación presenta a una organización en todos sus aspectos, tanto internos como externos, de manera que se pueda tener una visión integral de ella en el contexto macroeconómico y social en el que opera.
2. Ha sido común que los informes convencionales de la contabilidad limiten su contenido a las cuestiones tradicionales que reportan los estados financieros; sin embargo, ya no es suficiente la sola formulación de dichos estados que muestran efectos de decisiones tomadas con anterioridad, pero que no explican sus causas ni proporcionan, por sí mismos, un panorama de actuación ante un mundo globalizado de negocios.
3. El desafío es proveer información relevante y necesaria, que facilite hallar las respuestas correctas a las preguntas adecuadas, con una focalización constante en qué debe hacerse enseguida. Esto implica utilizar algo más que las técnicas financieras tradicionales y datos esencialmente históricos. La exactitud no es tan importante como la relevancia. La flexibilidad en la respuesta a circunstancias cambiantes es lo esencial.
4. La necesidad de replantear el modelo de contabilidad tradicional, para captar en su justa medida de los activos intangibles como: el capital humano, la investigación, los sistemas de información, la permanencia de clientes, la creación de marcas y patentes, el desarrollo de nuevos productos, los canales

de distribución, la calidad, los secretos de fabricación, el modelo de organización y muchas otras variables que constituyen los activos intangibles y que hoy no se reflejan en los estados financieros. El peso específico de estos activos, es mayor que el de los activos tangibles o físicos usualmente medidos por la contabilidad tradicional, lo que implica que existe un sinnúmero de bienes ocultos que no se están cuantificando y que por ende no se revelan en la información financiera actual y que por la importancia que tienen ameritan y justifican su exposición en los estados financieros.

5. Abiertas las puertas del siglo XXI se impone un cambio revolucionario en la contabilidad financiera, que conmocione sus cimientos y haga evolucionar los supuestos teóricos en que está basada. Las empresas han comprendido la importancia estratégica de medir su capital intelectual, y elaborar informes financieros con indicadores que plasmen sus fuentes de valor "invisibles".
6. Desde el punto de vista práctico, la medición del capital intelectual es un asunto de gran importancia para la empresa, porque refleja más acertadamente su valor real, se demanda una gestión más eficiente de sus activos intangibles, y apoya el objetivo empresarial de aumentar el valor de los accionistas, proporcionando información de mayor actualidad a los inversores actuales y potenciales, y contribuye a precisar el riesgo de inversión.
7. Se propone que los activos intangibles se valoren de la forma más objetiva posible, considerando dos alternativas, no excluyentes:
  - Una vez valorados, **tratarlos contablemente como activos físicos**, es decir como activos que se amortizan, o
  - Exponerlos como un **estado adjunto** a los estados financieros, con base en los indicadores contenidos en el Capítulo del Marco Práctico, adecuándolos de acuerdo con las características de la empresa.

Estas alternativas precisan de un cambio o ampliación en el contenido de las normas contables en actual vigencia.

8. **Ignorarlos o contabilizarlos como gastos provoca distorsiones en los beneficios y hace que las empresas con mayor innovación presenten balances más pobres.** Además, los activos intangibles: que ya se contabilizan, como las patentes, marcas o franquicias deberían exponerse en los estados financieros a su valor potencial o de mercado. Sin embargo, no se ignora las dificultades de tal propuesta supone, porque implica una ruptura del modelo contable tradicional.



**ANEXOS**



## **ANEXOS**

### **PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL**

Fueron formulados por Thomas A. Stewart, en su libro: "La Nueva Riqueza de las Organizaciones: El Capital Intelectual", y señala, que:

- ☑ Las empresas no son dueñas de los capitales humano y cliente; comparten la propiedad del primero con sus empleados y de este último con sus proveedores y clientes. Una empresa puede administrar esos bienes y obtener ganancias de ellos sólo si reconoce el carácter compartido de la propiedad. Una relación antagónica con los empleados, así como con proveedores y clientes, puede ahorrar o ganar un poco de dinero en el corto plazo, pero a expensas de destruir la riqueza.
- ☑ Para crear capital humano utilizable, la empresa debe fomentar el trabajo en equipo, las comunidades de práctica y otras formas de aprendizaje social. El talento individual es excelente, pero sale por la puerta, los astros de la empresa son como los del cine, inversiones de alto riesgo que se deben manejar como tales. Los equipos interdisciplinarios aprehenden, formalizan y capitalizan el talento porque lo difunden y lo vuelven menos dependiente de un individuo. Aunque algunos integrantes del equipo renuncien, el conocimiento se queda en la empresa. Si se constituye en el centro de aprendizaje - si se convierte en un generador de pensamiento original o especializado en cualquier campo - la empresa será la principal beneficiaria, aunque una parte se "filtre" a otras firmas.
- ☑ Para administrar y desarrollar el capital humano, las empresas deben despojarse de todo sentimentalismo y reconocer que ciertos empleados, aunque inteligentes y talentosos, no representan ventajas: la riqueza se crea en torno de destrezas y talentos que son (1) propios en el sentido de que

nadie los hace mejor y (2) estratégicos puesto que su trabajo crea el valor por el cual pagan los clientes. Las personas que poseen esos talentos son bienes en los cuales se debe invertir. Los demás son costos a minimizar en lo que hace a la empresa propia; acaso sus destrezas resulten valiosas en otra.

- ☑ El capital estructural es un bien intangible que pertenece a la empresa y, por lo tanto, es el más fácil de controlar por los administradores. Paradójicamente, es el que menos importa a los clientes, que son la fuente de las ganancias. Así como el mejor gobierno es el que menos gobierna, las mejores estructuras son las que menos se inmiscuyen. Por consiguiente, la tarea de los administradores es facilitar en lo posible el trabajo de los clientes con sus empleados.
- ☑ El capital estructural sirve para dos propósitos: reunir un inventario de conocimientos para sustentar el trabajo que valoran los clientes y acelerar el flujo de información dentro de la empresa. Los fabricantes aprendieron que los inventarios justo a tiempo son más eficientes que los depósitos llenos de mercancías por sí acaso; lo mismo sucede con el conocimiento. Lo que es necesario debe estar al alcance de la mano: lo que puede ser necesario deber ser accesible.
- ☑ La información y el conocimiento pueden y deben reemplazar bienes físicos y financieros caros; la empresa debería evaluar sus gastos en equipo y plantear: ¿El trabajo de los bienes físicos caros podrían realizarlo bienes intangibles poco costosos?.
- ☑ El trabajo intelectual es trabajo a la medida del cliente. Las soluciones en serie no darán grandes ganancias. Las ramas caracterizadas desde hace muchos años por el trabajo en serie brindan oportunidades para crear relaciones especiales - con frecuencia mediante servicios de administración - creadoras de valor y ganancias tanto para el proveedor como para el cliente.
- ☑ Cada empresa debería reanalizar la cadena de valor de la rama en la que participa en toda su longitud, desde la más primaria de las materias primas hasta el consumidor final, para ver cuál es la información más crucial.

Tratándose del trabajo intelectual, generalmente se la encontrará "río abajo" hacia el lado de los clientes.

- ☑ Concentrarse en el flujo de información en lugar del flujo de los materiales. Tanto en el capital humano, estructural y cliente como en sus interacciones, no debe confundir la economía "real" con la "intangible". Antes la información servía de apoyo al negocio "real"; ahora es el negocio real.
- ☑ Los capitales humano y estructural se refuerzan mutuamente cuando la empresa está imbuida de un sentido de misión acompañado por espíritu emprendedor; cuando la administración emplea la zanahoria más que el garrote. En cambio, estos capitales se destruyen mutuamente cuando buena parte de lo que hace la organización no es valorada por los clientes o cuando el centro trata de controlar las conductas en lugar de la estrategia.

Los capitales humano y cliente crecen cuando los individuos se sienten responsables por su participación en la empresa, interactúan con los clientes y saben cuáles conocimientos y destrezas son valoradas por éstos. Un empleado que no conoce o posee estas destrezas reduce el valor de ambos capitales. Lo mismo hace una organización preocupada por lo que sucede en su propio seno. Se ha difundido el uso del término "clientes internos" para alentar a las personas a tratar a sus colegas como si fueran tan importantes como los externos. ¡Tonterías! El cliente interno no existe, no puede reemplazar al auténtico. En lugar de alentar a los colegas a tratarse como clientes, hay que enviarlos al mundo para que traten con los clientes auténticos.

Los capitales cliente y estructural crecen cuando la empresa y sus clientes aprenden unos de otros; cuando se esfuerzan activamente para lograr una interacción informal, convertirse en personas con las que "es fácil hacer negocios". Si un cínico en su empresa se pregunta si es más leal con el cliente que con la firma, usted está haciendo las cosas bien. Pero si la interacción con los clientes se limita a escribir pedidos y recibir quejas, los capitales cliente y estructural se están destruyendo mutuamente. En cada rama de actividad hay un "vendedor más informado": alguien que, acaso sin ser el líder, sabe más que nadie sobre el negocio y está dispuesto a compartir sus conocimientos con proveedores y

Considerar que el conocimiento es poder, y que por lo tanto el capital intelectual de una organización es un activo estratégico, puede convertirse en la mejor herramienta para enfrentar con éxito los desafíos que día a día se imponen en el mundo de los negocios.

El conocimiento es poder para crear lazos más estrechos con los clientes, analizar información corporativa y aplicarla de nuevas maneras, crear procesos, acceder y aplicar información para capturar nuevos mercados y desarrollar y distribuir productos de una forma más rápida y eficiente que la competencia.

En el actual y futuro escenario competitivo, el uso del conocimiento es un elemento clave para materializar los desafíos de una firma, a través de la identificación de oportunidades y la minimización de riesgos. La idea es descubrir nuevas fortalezas con el propósito de generar ventajas competitivas sostenibles y obtener rentabilidades superiores en el largo plazo.

Hoy en día en los negocios no sólo debería existir una preocupación en el cómo llevar a cabo las actividades de un negocio, sino más bien tender a investigar qué cosas realizar. Esto puede convertirse en una sutil diferencia que podrá optimizar definitivamente la rentabilidad.

No se puede tener un comportamiento reactivo, es decir esperar que se envíe la información adecuada, sino que crear los espacios y los canales para reunir los datos y poder administrarlos.

Bajo esto, subyace un concepto de cultura organizacional, de manera de lograr que las personas que están acostumbradas a retener la información sean capaces de entregarla y compartirla.



**BIBLIOGRAFÍA**



## **BIBLIOGRAFÍA**

### **FUENTES BIBLIOGRÁFICAS**

- ☑ CUADRADO A., VALMAYOR L.; *"Metodología de la Investigación Contable"*. Mc Graw Hill, Mexico, 1999. Cita efectuada en este texto.
- ☑ HENDRIKSEN, E. S.; *"Teoría Contable"*. Uthea, México, 1990
- ☑ MOONITZ, M.; *"Postulados Básicos de la Contabilidad"*. Uthea, México, 1974
- ☑ HENDRIKSEN E. S., VAN BREDA M. F.; *"Teoría Contable"*. Irwin, 1992
- ☑ MOST D. S.; *"Teoría Contable"*. Instituto Tecnológico de Georgia 1977
- ☑ KIESSO D. E., WEYGANDT J. J.; *"Contabilidad Intermedia"*. Limusa Editores, Noriega", 1995
- ☑ JAIDICKE R. K., SPROUSE R. T.; *"Corrientes Contables: Ingresos, Fondo y Efectivo"*. Herrero Hermanos, México, 1973
- ☑ LANGERDEFER H. G.; *"Conceptos de Preparación de Papeles de Trabajo para Reportes Financieros"*. Revista de Contabilidad N° 136, México, 1973
- ☑ AMERICAN INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS. APB Statement N° 4, 1970
- ☑ CHAPMAN L.; *"La Contabilidad y el Auditor Externo"*. Ediciones Macchi, Argentina, 1975
- ☑ FOWLER NEWTON E.; *"Contabilidad Superior"*. Ediciones Macchi, Argentina
- ☑ GARCÍA S., MATTERA M.; *"Contabilidad a Moneda Constante"*. Editorial Tesis, Argentina, 1988
- ☑ HORNGREEN Ch. T., SUNDEM G. L., ELLIOT J. A.; *"Contabilidad Financiera"*. Prentice Hall, México, 1995
- ☑ ROMERO J.; *"Contabilidad Intermedia"*. Mac Graw Hill, Mexico, 1998
- ☑ MEZA D.; *"Una Nueva Contabilidad"*. dmeza@campus.mty.itesm.mx, 1998
- ☑ EDVINSSON L., MALONE M. S.; *"El Capital Intelectual"*. Gestión 2000, España, 1999
- ☑ LEWENT J.; *"Your Company's Most Value Asset: Intellectual Capital"*. Fortune, octubre 03 de 1994.

- ☑ HERNÁNDEZ J. A.; *Gestión del Capital Intelectual*". Seminario Regional Universitario, Santa Cruz - Bolivia, 2001
- ☑ HERNÁNDEZ R., FERNÁNDEZ C., BAPTISTA P.; *Metodología de la Investigación*". Mac Graw Hill, 1998
- ☑ COMITÉ DE NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD (IASC); *Normas Internacionales de Contabilidad 2001*", Tomo I y II. Lima – Perú, 2001
- ☑ FAGA HÉCTOR ALBERTO; *La Información Contable Útil para la Dirección Superior*". Editorial Tesis 1990

### **Bibliografía Adicional**

- ☑ BURCH M., Grudnitski J. y G.; *Diseño de sistemas de información*". Noriega Editores, México, 1992
- ☑ DRUCKER P.; *Innovation and Entrepreneurship*". Harper & Row Publisher, Nueva York, 1985
- ☑ FLORES R.; *La Alta Gerencia Rumbo al Siglo XXI. La gerencia y las telecomunicaciones*". Instituto Mexicano de Contadores Públicos de México,, México, 1992
- ☑ GOLDRATT E.; *El Síndrome del Pajar. Cómo extraer información del océano de datos*". Ediciones Castillo, México, 1992
- ☑ GUAJARDO G.; *Contabilidad Financiera*". Mc Graw Hill, Mexico, 1995
- ☑ IGLESIAS C.; *Contabilidad, Empresa y Administración*". Ediciones Macchi. , Buenos Aires, 1991
- ☑ OHMAC K.; *El mundo sin Fronteras*". Mc Graw Hill, Mexico, 1990
- ☑ PICAZO, MARTÍNEZ L. y F.; *Rumbo al Siglo 21, Nuevas dimensiones del contador público*". Mc Graw Hill, Mexico, 1992
- ☑ PORTER, Michael; *Estrategia Competitiva*". CECSA, México, 1994
- ☑ RAMÍREZ J., LOZANO B.; *Elementos básicos para la elaboración de un marco teórico en torno al fenómeno de liderazgo en Gestión y Estrategia*". UAM-A, núm. 7, México, 1995
- ☑ MILLS D.; *Manual de Auditoria de la Calidad*". Gestión 2000, España, 1998
- ☑ BROOKING A.; *El Capital Intelectual*". Paidos Empresa 53, España, 1997
- ☑ KAPLAN – NORTON; *El Cuadro de Mando Integral, The Balanced Scorecard*", Ediciones Gestión 2000, S. A. 1999
- ☑ BROKING A.; *El Capital Intelectual*", Paidos Empresa 53, 1997

- ☑ STEWART T. A., "La Nueva Riqueza de las Organizaciones: El Capital Intelectual", Granica 1998.
- ☑ L. EDVINSSON Y M. S. MALONE; "EL Capital Intelectual", Gestión 2000, 1999

### **INFORMACIÓN DE INTERNET (Sitios Web Consultados)**

- ☑ Ordóñez de Pablos Patricia, "Tribuna de la economía", [www.nueva-economia.com](http://www.nueva-economia.com)
- ☑ Mantilla B. Samuel Alberto, "Capital Intelectual", [www.javercol.javeriana.edu.co](http://www.javercol.javeriana.edu.co)
- ☑ Vigorena Fernando, "Capital Intelectual", [www.emprendedoras.com/articles/article111.htm](http://www.emprendedoras.com/articles/article111.htm)
- ☑ Ordóñez de Pablos Patricia, "Importancia estrategia de la medición del capital intelectual en las organizaciones", [www.injef.com/revista/empresas/pop\\_991217.htm](http://www.injef.com/revista/empresas/pop_991217.htm)
- ☑ Bustamante José Antonio, "Una Gran oportunidad para desarrollar y administrar el capital intelectual de la organización", [www.teamwork.cl/news03.htm](http://www.teamwork.cl/news03.htm)
- ☑ Muzard Joel, "El desarrollo del capital intelectual y la administración de conocimiento", [www.a-i-a.com/DesarrolloCapitalIntelectual/index.html](http://www.a-i-a.com/DesarrolloCapitalIntelectual/index.html)
- ☑ Solergibert Frederic, "El capital intelectual: La base de nuestro éxito futuro", [www.servisalud.com/elpena/ayuda09.htm](http://www.servisalud.com/elpena/ayuda09.htm)
- ☑ De la Fuente Martines Mario, "Introducción al capital intelectual", [www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm](http://www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm)
- ☑ Tenorio A. Manuel, "Diez principios de administración del Capital Intelectual", [www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm](http://www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm)
- ☑ Flores Leal Pedro, "Administración del conocimiento", [www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm](http://www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm)
- ☑ Ramos Irach Ilish, "Capital intelectual", [www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm](http://www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm)
- ☑ Meza Martell Deyanira, "Una nueva contabilidad para un nuevo tipo de capital...", [www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm](http://www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm)
- ☑ "Conferencia: El capital intelectual, el principal activo de las empresas del tercer milenio", [www.ictnet.es/conferencias/cap-int.htm](http://www.ictnet.es/conferencias/cap-int.htm)

- ☑ Flores Leal Pedro, "Índices de medición de capital intelectual", [www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm](http://www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm)
- ☑ Salinas Jorge A., "Agrupación de métodos de medición del capital intelectual", [www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm](http://www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm)
- ☑ Flores Leal Pedro, "Tabla de analogías sobre algunas corrientes sobre capital intelectual", [www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm](http://www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm)
- ☑ Meza Martell Daynira, "La medición del capital intelectual a través de diferentes métodos", [www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm](http://www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm)
- ☑ Urista Andrea, "Principios de la administración del conocimiento: Davenport", [www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm](http://www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm)
- ☑ Meza Martell Daymira, "Taxonomía del capital intelectual según Debra Amidon", [www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm](http://www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm)
- ☑ Meza Martell Daymira, "Taxonomía del capital intelectual según Rory L. Chase", [www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm](http://www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm)
- ☑ Ramos Irach Ilish, "Taxonomía del capital intelectual", [www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm](http://www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm)
- ☑ Flores Leal Pedro, Taxonomía Sveiby, [www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm](http://www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm)
- ☑ Meza Martell Daynira, Taxonomía del capital intelectual según Nick Bontis, [www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm](http://www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm)
- ☑ De la Fuente Martines Mario, Auditoría genérica de capital intelectual, [www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm](http://www.cestec1.mty.itesm.mx/cgi-bin.htm)
- ☑ Vigorena F., [www.emprendedoras.com/articles/article111](http://www.emprendedoras.com/articles/article111)
- ☑ Abilio Marrero Rodríguez MSc. ESI Holguin, [www.Gestiondelconocimiento.com](http://www.Gestiondelconocimiento.com)