

El Capital Intelectual y los activos intangibles: recursos estratégicos de las empresas



MARÍA ISABEL QUEVEDO

JEFA DEL DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CONTABILIDAD DE LA UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO, PROFESORA Y MIEMBRO DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE ESTA CASA DE ESTUDIOS.

CUENTA CON ESTUDIOS DE DOCTORADO POR LA UNIVERSIDAD DEUSTO (ESPAÑA), MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN POR LA UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO, LICENCIADA Y BACHILLER EN CONTABILIDAD POR LA UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO.

HA SIDO DIRECTORA DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN PARA JÓVENES EMPRESARIOS, ASISTENTE DEL DIRECTOR DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO Y ASISTENTE DEL DIRECTOR DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DE LA UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO.

Los mercados han cambiado, las formas como se relacionan las empresas y se llevan a cabo los negocios han evolucionado. Las empresas se enfrentan a una intensa competencia por lo que deben buscar recursos que les permitan crear ventajas competitivas difíciles de imitar.

Estos cambios han hecho que a través del tiempo las fuentes de riqueza hayan variado; así en la época agrícola la tierra y el trabajo era fuente principal de riqueza, pero en la época industrial el capital era lo más importante, por la necesidad de realizar fuertes inversiones en maquinarias y activos materiales para aprovechar las economías de escala. Hoy los activos intangibles representan esa fuente de riqueza.

Según Lev (2003)¹, a partir de los 80 la economía se enfrenta a cambios importantes debido, por un lado, a la intensificación en la competencia empresarial motivada por la globalización, el comercio y la desregularización de sectores económicos clave como las telecomunicaciones, la electricidad, el transporte y los servicios financieros; y por otro, la llegada de las tecnologías de la información. Estos dos hechos, según Lev, hacen que las empresas deban cambiar sus estructuras organizacionales para poder responder de manera rápida y eficaz al cambio en la economía.

En este contexto, las empresas deben desarrollar recursos superiores a la competencia y, en este sentido, la innovación es una fuente importante de ventaja competitiva sostenible, y ésta sólo es posible mediante la inversión en intangibles, según Lev.

Desde un punto de vista estratégico, Porter (1991)² afirma que la innovación incluye tanto la tecnología como los métodos, y abarca los nuevos productos, los nuevos métodos de producción, las nuevas formas de comercialización y la identificación de nuevos grupos de clientes.

Las empresas deben desarrollar recursos superiores a la competencia y, en este sentido, la innovación es una fuente importante de ventaja competitiva sostenible.

¹ Lev, Baruch: 2003. Intangibles: Medición, gestión e información. Barcelona, Ediciones Deusto, Edición en español.

² Porter, Michael: 1991. La ventaja competitiva de las naciones. Argentina. Javier Vergara Editor S.A.

Mediante esta afirmación, Porter pone énfasis en que la innovación es un proceso constante de mejora que deben realizar las empresas para lograr ventajas sostenibles.

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

Según Hall (1992)³ los activos intangibles pueden ser clasificados como activos o competencias. Los intangibles como activos se refieren a derechos de propiedad intelectual como las patentes, marcas o ciertas tecnologías de la información como las bases de datos que pueden o no estar protegidas legalmente, y los activos como competencias se refieren a los conocimientos de los empleados, clientes o proveedores, los cuales son recursos más difíciles de retener puesto que dependen de las personas.



Los intangibles no generan valor por sí solos, la interrelación entre ellos permite obtener mejores resultados. Es por ello que es de suma relevancia que las empresas puedan identificar cuáles de estos recursos son importantes, y generar actividades que permiten desarrollar nuevos intangibles así como aumentar o mejorar los ya existentes. La interacción entre ellos contribuye a la creación de valor de las empresas.⁴

Dentro de este contexto, en los años 90 aparece el concepto de Capital Intelectual, el cual está ligado al concepto de intangible. Aunque no exista una definición única, se puede decir que el Capital Intelectual está constituido por activos intangibles susceptibles de generar valor, por lo que deben contar con atributos especiales, es decir, deben ser inimitables, valiosos, escasos y desarrollados por la propia organización.

La importancia del Capital Intelectual ha generado muchas investigaciones que han permitido crear diferentes modelos, cuyo propósito es identificar los recursos intangibles y medirlos a través del uso de indicadores. Existen más de 20 modelos, entre los cuales se pueden mencionar el Modelo Navigator del Grupo Skandia, Intellectual Assets Monitor, el Modelo Intellectus, entre otros; y si bien cada uno de ellos agrupa a los recursos intangibles de manera diferente, consideran que éstos van desde las habilidades y conocimiento de las personas hasta los sistemas de comunicación y manejo de la información, por lo que se pueden clasificar en tres grupos:

 El capital humano, que se refiere a los valores, actitudes, capacidades, habilidades, conocimiento y experiencias del personal que trabaja en la empresa.

 El capital estructural, que a diferencia del capital humano, es de propiedad de la empresa, ya que permanece aun cuando los empleados abandonan la misma; comprende los sistemas de información y comunicación, procesos gerenciales, cultura corporativa, filosofía de la administración, entre otros. Algunos de ellos pueden protegerse legalmente como la marca, patentes, copyrights, convirtiéndose en derechos de propiedad intelectual.

 El capital relacional, vinculado a las relaciones que las empresas mantienen con sus clientes, proveedores y la comunidad en general. Ello da lugar a la imagen de la empresa, la lealtad y satisfacción del cliente, alianzas y contratos, canales de distribución, prestigio, nombre de la empresa, entre otros.

A pesar que estos recursos son tan importantes y se consideran el fundamento principal de una ventaja competitiva sostenible, no se visualizan en los Estados Financieros debido a que éstos son elaborados teniendo en cuenta la normatividad contable que requiere de ciertos requisitos para que un intangible sea susceptible de ser registrado contablemente con el propósito de mostrar una información objetiva para los usuarios de dicha información financiera.

³ Hall, Richard: 1992. The Strategic Analysis of Intangibles Resources. Strategic Management Journal, Vol. 13, No. 2 (Feb, 1992), pp. 135-144.

⁴ Proyecto Meritum. 2002: Directrices para la gestión y difusión de la información sobre los intangibles. Informe de Capital Intelectual.



50 AÑOS TRANSCURRIDOS Y 50 SABERES
PARA COMPARTIR



LA UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO ES UNA
ORGANIZACIÓN LÍDER, ESPECIALIZADA Y
RECONOCIDA INTERNACIONALMENTE, QUE DA
RESPUESTA A LAS NECESIDADES Y DEMANDAS DE
LA SOCIEDAD.

DIRECCIÓN: AV. SALAVERRY 2020, JESÚS MARÍA,
LIMA, PERÚ

TEL. +51 1 2190100

WWW.UP.EDU.PE

Los intangibles son recursos internos desarrollados por la organización que no basta con identificarlos, requieren ser gestionados. En este sentido se habla de la gestión del conocimiento como la gestión de los activos intangibles y que tiene que ver con los procesos relacionados de una u otra forma con la captación, estructuración y transmisión del conocimiento.

Se puede decir que la gestión del conocimiento es “el conjunto de procesos y sistemas que permiten que el Capital Intelectual de una organización aumente de forma significativa, mediante la gestión de sus capacidades de resolución de problemas de forma eficiente, con el objetivo final de generar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo”.⁵

En este sentido Capital Intelectual y Gestión del Conocimiento tienen una relación muy estrecha, mientras el primero se refiere a los activos intangibles de una empresa, el segundo tiene como función formalizar y sistematizar los procesos que permitan identificar, administrar y controlar estos intangibles para de esta manera lograr un gestión eficaz del Capital Intelectual.

Las empresas deben comenzar por identificar aquellos activos intangibles que las diferencia para luego medirlos a través del uso de indicadores. Al respecto podemos mencionar algunos como, años de experiencia profesional de sus trabajadores, nivel de satisfacción de sus empleados o de sus clientes, números de ideas implementadas, número de productos nuevos, lealtad de la marca, reclamaciones de clientes, número de patentes, entre otros. Luego de lograr identificarlos, establecer procesos que le permita repotenciarlos. Los resultados presentarlos en informes de Capital Intelectual, que sirvan de complemento a la información financiera y permitan dar a conocer mejor la realidad de la empresa, en otras palabras que ayuden a visualizar y medir los “recursos ocultos” de la organización que son los que permiten el logro de una ventaja competitiva sostenible.

“Una Corporación es como un árbol. Hay una parte que es visible (las frutas) y otra parte que es oculta (las raíces). 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 solo te preocupas de los resultados financieros e ignoramos los valores escondidos, la empresa no sobrevivirá en el largo plazo”.
Leif Edvinsson.

⁵ Definición obtenida de la página web <http://www.gestiondelconocimiento.com>