

# Protección del capital intelectual en las empresas en crisis: un gran desafío

## Introducción

El escenario de las empresas ha cambiado, como también sus activos.

No podemos negar que los intangibles ocupan un lugar cada vez más predominante, y esto implica que debemos rever muchos conceptos.

Actualmente el valor de gran parte de las empresas está más relacionado con aspectos intangibles que tangibles, y dentro de los intangibles el Capital Intelectual es quien juega un papel quizás, cada vez más relevante.

Haciendo un poco de historia podríamos definir a la década de los noventa como la "Revolución de la Información". Por aquel entonces fuimos testigos del traslado masivo, global y profundo de la escala de valores económicos, sociales y políticos donde los elementos primarios de la revolución industrial, tierra, bienes y trabajo cedieron su importancia a un nuevo valor "la información" (Stewart, T., 1997, p.33).

Con los cambios de paradigmas en las sociedades y en la economía mundial fuimos partícipes de la utilización de nuevos conceptos, tal es el caso de: Cuadro de Mando, Tablero Comando, la reingeniería en los procesos, el benchmarking, el estudio de tiempos y movimientos, el valor económico agregado, la inteligencia emocional, el diseño de la visión, misión y valores, en fin, en cada momento vivimos y planteamos situaciones que se amoldan y se van adecuando al momento presente.

Internet otro fenómeno, fue un catalizador, un recurso muy poderoso. Pero Internet en sí misma no es más que la punta de un iceberg que oculta otro fenómeno de características mucho más trascendentes que se hace manifiesta al cruzar el siglo: "La Revolución del Conocimiento".

A partir del siglo XXI entramos a la que podríamos llamar como La Era del Conocimiento y a ella le precede la Revolución del Conocimiento, que consiste en el cambio sustancial de las fuentes tradicionales de la era

industrial (el capital, los bienes y el trabajo), hacia este nuevo concepto: "el conocimiento".

Hoy en la cadena de valor agregado que genera riqueza o permite el logro de las organizaciones, el conocimiento es quien proporciona la mayor incidencia.

En 1977 Bill Gates en una entrevista que le hicieran en la Revista Time, enfatizó lo siguiente: "Nosotros ganamos porque contratamos a la gente más inteligente. Mejoramos los productos a base de retroinformación hasta que son los mejores. Todos los años celebramos retiros para ponernos a pensar adónde va el mundo". Esta afirmación de Bill Gates es más que clara, él busca personas, con deseos de triunfo y con visión un poco más allá del resto de los mortales, que no se conforman con lo acontece a su alrededor, sino que procuran ir delante de lo que el mercado marca en un momento dado. Y con dicho capital intelectual genera valor, armonizando el valor total de la organización en términos financieros, creativos, de

mercado y humanos, en otras palabras equilibrando o balanceando lo filosófico-político con lo económico-financiero.

El valor total de la empresa se resume como: la combinación de rentabilidad y riesgo, asumiendo una función armónica entre el manejo de los recursos financieros y su costo de capital, las decisiones de proyectos de inversión y, el diseño de una óptima política de dividendos que satisfaga las exigencias de los accionistas comunes y permita el crecimiento de la organización.

La Era del Conocimiento propone identificar estos valores, custodiarlos como los bienes más preciados de la organización, enriquecerlos y hacerlos producir.

Que es el conocimiento? El conocimiento es acción y evolución. El aprendizaje es personal; los maestros deben “guiar” al alumno y no pretender enseñar solamente y los alumnos deben adquirir los conocimientos por ellos mismos, sumando la experimentación directa al proceso de aprendizaje.

No existe lo “enlatado”, cada caso es único; no se debe estudiar por el simple hecho de estudiar, debemos alinear nuestros esfuerzos intelectuales con nuestros objetivos a largo plazo. Tenemos que educarnos debido a los cambios constantes e inesperados del entorno.

Cualquier directivo de una empresa o gerente de servicio sabe de la importancia que tienen los activos intangibles, si bien, salvo excepciones, no se reflejan en las cuentas anuales o documentos internos.

En los últimos años, ha aumentado el interés por los activos intangibles y, al menos en la empresa privada, su

identificación, medición y gestión es un tema de actualidad.

Hoy se considera importante reconocer y valorar esos activos invisibles, tanto para mejorar la toma de decisiones como para demostrar a los posibles usuarios externos su potencialidad, agregando este conjunto de informaciones a los tradicionales indicadores financieros.

El reconocimiento del valor de los recursos humanos ha existido ya a finales de los años 60, por aquel entonces se ha tratado de valorarlos y exteriorizarlos en documentos; por ejemplo en la Contabilidad de los Recursos Humanos como parte importante de la Contabilidad Social con trabajos como los de Likert y Bowers [1968] y Brummet, Flamholtz y Pyle [1968].

Entre los pronunciamientos precursores podemos citar el “Report of the Committee on Human Resource Accounting” de la American Accounting Association, AAA [1977], que reconoce la utilidad potencial de los indicadores no financieros para la toma de decisiones.

En cuanto a la regulación internacional que aborda la contabilidad y divulgación de activos intangibles, IASC [1998], FASB [1970], AARF [1989], IFAC [1998], etc. Stolowy y Jeny [1999] revisan la normativa que aplican diferentes países y organismos internacionales para la contabilización de los activos intangibles.

### Capital Intelectual

No existe un criterio único que permita presentarlo de manera universal, sin embargo, Edvinsson y Malone en

su libro *El Capital Intelectual*, llegan a definirlo como: “Capital Intelectual es la posesión de conocimientos, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con clientes y destrezas profesionales, que dan a una empresa una ventaja competitiva en el mercado”.

Edvinsson allá por el 1996 hablaba de Capital Intelectual utilizando una metáfora y que decía: “Una corporación es como un árbol. Hay una parte que es visible (las frutas) y una parte que está oculta (las raíces. Si solamente te preocupas por las frutas, el árbol puede morir. Para que el árbol crezca y continúe dando frutos, será necesario que las raíces estén sanas y nutridas. Si sólo nos concentramos en los frutos (los resultados financieros) e ignoramos los valores escondidos, la compañía no subsistirá en el largo plazo”.

En cambio para Steward el capital intelectual es conocimiento, información, propiedad intelectual, experiencia, que puede utilizarse para crear valor. Es fuerza cerebral colectiva. Es difícil de identificar y aún más de distribuir eficazmente. Pero quien la encuentra y la explota, triunfa.

Ya dijimos que hoy el conocimiento y la información se han convertido en las materias primas fundamentales de la economía y sus productos más importantes, y todos somos conscientes que el conjunto de Activos Intangibles de una organización que, pese a no estar reflejados en los estados contables tradicionales, en la actualidad genera valor o tiene potencial de generarlo en el futuro.

La propiedad de tales herramientas proporciona ventajas competitivas

y, por consiguiente, constituyen un activo.

Los conocimientos de las personas claves de la empresa, la satisfacción de los empleados, el know-how de la empresa, la satisfacción de los clientes, etc., son activos que explican buena parte de la valoración que el mercado concede a una organización y que, sin embargo, no son recogidos en el valor contable.

Está claro que existe un capital que pocas empresas se preocupan en medir y del que pocas informan y que posee un valor real y no es otro que el capital intelectual.

Porqué es importante identificar y medir el Capital Intelectual? Consideramos que el peso del capital intelectual sobre el valor de mercado de una organización es más que creciente y por lo tanto deberíamos dirigir nuestros esfuerzos tratando de identificarlos y medirlos, y lográndolo podremos convertir en visible el activo que más valor genera en una empresa.

Edvinsson y Malone consideran que el capital intelectual se divide en: a) Capital Humano b) Capital Estructural c) Capital Clientela d) Capital Organizacional y por último en Capital Proceso.

Para Stewart - 1997 habría que dividirlo en tres grandes bloques: Capital Humano - Capital Estructural y Capital Cliente.

El Capital Estructural es la infraestructura que incorpora, capacita y sostiene al capital humano. Se incluye en esta apreciación, la capacidad organizacional que se posee con relación a los aspectos físicos, utilizados

para transmitir y almacenar el material intelectual.

Por lo general tiene que ver con la adecuación de los sistemas informáticos, con los bienes muebles e inmuebles y todo aquello contribuye a que el capital humano se sienta motivado y en constante creatividad y aporte.

En el capital humano se incluyen todas las capacidades individuales, conocimientos, destrezas, experiencia, capacitación, incorporación de nuevas tecnologías y su aporte a la empresa. En general, todo aquello que el trabajador desarrolle y aporte en función del crecimiento de la organización, de forma armónica y coherente.

Para que el modelo planteado por Edvinsson y Michael Malone tenga el éxito deseado hay que cumplir una cadena de paradigmas y esta no es otra que la planificación estratégica, la cual comprende un entretendido de creación y ejecución, que comporta juicios de valor, acciones precedente y a posteriori, diseño de visión, misión, valores, objetivos, metas, resultados, escenarios, etc.

Es un discernir constante sobre una metodología que comprende varios y sucesivos pasos, perfectamente relacionados y armonizados.

Esta interacción de la Planificación Estratégica se manifiesta con la Gerencia Estratégica como la acción o ejecución de la creación, la cual reside en el diseño del Balanced Scorecard ( algo así como Balance Equilibrado ), Capital Intelectual y cierra con una nueva acción, que mide el desempeño a través de indicadores, hoy denominados Valor Económico Agregado

o EVA como originalmente lo planteo su autor G. Bennett Stewart, III, expresado como Economic Value Added.

Podrán afirmar que el interés que puedan demostrar las empresas in bonis por el diseño de modelos sobre activos intangibles es uno y que otra realidad presentan las empresas en crisis, quienes no realizan grandes esfuerzos para su medición y registro.

Esto es real, habitualmente vemos que la gestión de una empresa en crisis adopta con lentitud - o no adopta - las innovaciones ocurridas en el medio, escondiéndose tras el escudo que al estar luchando por su supervivencia ú operando en un ambiente hostil no le es posible realizarlo.

Y con los activos intangibles pasa exactamente igual.

Pero esto es un gran error ya que al encontrarse inmersos en situaciones difíciles deberían adoptar técnicas de gestión con el fin de poder salir de la crisis ; planteándose por ejemplo la mejora en la calidad de los servicios, y una seria reflexión sobre las posibles aportaciones del capital intelectual.

La utilidad de los activos intangibles para la toma de decisiones, cómo deben utilizarse y valuarse es idéntica en una empresa in bonis y en aquella que no se encuentra en bonis.

En la empresa in bonis los activos intangibles tienen que servir para ganar dinero. Su cuantificación monetaria interesa para saber cuanto valen para la empresa y es imprescindible ante una venta. Los objetivos económicos de una empresa en concurso preventivo no son diferentes y es por ello

que no pueden dejar de cuantificar el valor de los intangibles.

La cuantificación de estos intangibles si bien surgen de un proceso complejo - subjetivo no es una utopía.

Un modelo muy referenciado es el Business Navigator propuesto por Edvinsson y Malone [1997] y aplicado en primer lugar en la empresa de seguros Skandia. Este modelo pone énfasis en la justificación del valor de mercado de la empresa, que se obtiene al sumar el capital financiero y el capital intelectual. Dentro del intelectual se distingue el capital humano y capital estructural, que a su vez se descompone en capital de clientes y capital organizativo.

El modelo de Brooking [1996] parte también del valor de mercado de la empresa, siendo explicado por la suma de los activos tangibles y el capital intelectual, que se compone de activos de mercado, humanos, de propiedad intelectual y de infraestructura.

Sveiby [1997] propone el Intellectual Assets Monitor que clasifica los activos intangibles en tres categorías: competencia de los recursos humanos, estructura externa y estructura interna.

Roos [1996] introduce el concepto de índice CI, como medida que integra los diferentes componentes del Capital Intelectual (humano y estructural) en una única medida que sintetiza el rendimiento del capital intelectual.

Un problema común que presentan los modelos actuales de capital intelectual para su aplicación inmediata es que ponen énfasis en explicar la

diferencia entre el valor de mercado de la empresa y su valor en libros.

Para desarrollar completamente el modelo, sería preciso elaborar un cuadro de mando integral que recogiera indicadores de conceptos tangibles e intangibles.

### Indicadores

Como los indicadores de conceptos tangibles son diversos, nos limitaremos a describir los de los intangibles, y dentro de ellos sólo los del nivel estratégico, y que hemos agrupado en organización interna, relaciones externas, capital humano y compromiso socio-medioambiental.

Los indicadores deben cumplir las condiciones exigidas a toda la información financiera: comprensibilidad, fiabilidad, relevancia, oportunidad y consistencia.

Si bien somos conscientes de las limitaciones prácticas que presentan los indicadores pues pueden exteriorizar una imagen parcial o distorsionada de la organización. Este es uno de los grandes inconvenientes que se presentan cuando se utilizan indicadores que tratan de cuantificar conceptos intangibles.

Sabemos que hay activos inmateriales que se encuentran reflejados en los estados contables tradicionales como por ejemplo las patentes.

El resto de los indicadores que se utilizaran para valuar el Capital Intelectual se extraen de la contabilidad - aunque cabe la duda de si reflejan fielmente la capacidad de innovación de la organización.

La contabilidad se limita a recoger los gastos en que se ha incurrido, por lo que en el marco del Capital Intelectual sería apropiado una memoria que reflejara cómo la innovación ha contribuido al cumplimiento de los objetivos e incluyera indicadores como los "proyectos de investigación en los que participa la entidad" o "premios o reconocimientos a la innovación".

3.1. Know How. Las organizaciones tienen un conocimiento acumulado, una forma de trabajar y procedimientos propios. Es uno de los componentes del fondo de comercio, bien conocido por la contabilidad tradicional, en las empresas in bonis surge cuando hay una adquisición.

En las empresas con procesos concursales no se plantea la venta de la entidad, sin embargo, tenemos herramientas y técnicas para la valoración del fondo de comercio, que pueden aplicarse sin necesidad de que haya una compraventa. Aunque muchas veces no se pueden valorar con un número, al menos pueden documentarse los componentes del know how. Por ejemplo, se pueden presentar en un informe los "nuevos retos que ha tenido que asumir la organización y que incrementan nuestro saber hacer", como la organización de un congreso internacional u otras actividades. Igualmente, las "nuevas competencias que asume la entidad" y que enriquecen su know how.

3.2.-Capital estructural organizativo. Que la entidad disponga de un organigrama eficiente, favorecedor del flujo interno de información y conocimiento, es un activo intangible importante.

Como conceptos intangibles podemos incluir el tipo de organización, el grado de descentralización de la toma de decisiones, el nivel de burocracia interna y la capacidad de trabajo en grupo. Son conceptos que no se reflejan en los estados contables, a excepción de algunos gastos como los que genera el departamento de organización y métodos, si existe. La mayoría de los indicadores se obtienen como fruto de la auditoría interna, especialmente la de procesos e informática. Como indicadores para estos conceptos ya Argenti [1976] proponía asignar puntuaciones al organigrama empresarial y otros factores organizativos, de forma que obtenía una calificación final para cada empresa que incluso podía explicar su quiebra. Ejemplos de indicadores para estos conceptos podrían ser, entre otros, el “grado de automatización de las tareas administrativas”, el “número de documentos que han dejado de procesarse en formato papel”, el “número de pasos para desarrollar un proceso”, el “porcentaje de personal que trabaja ante el público y en oficinas”, el “porcentaje de administrativos versus directivos”, el “porcentaje de personal insustituible”, el “porcentaje de teletrabajadores”, las “actividades realizadas con herramientas informáticas de trabajo en grupo” o el “porcentaje de personal con acceso a la intranet y grado de utilización”.

3.3. Cultura corporativa. Es el conjunto de valores compartidos por los miembros de la institución. Varios autores han categorizado los diferentes tipos de cultura organizacional existentes en las administraciones, por ejemplo Goddard [2000] identifica cuatro tipos básicos: burocrática, estratégica, social y orientada a la ejecución de tareas. Como conceptos

intangibles suelen destacarse el seguimiento de un código de conducta o ético en la actuación de los miembros, su cohesión, su compromiso con la entidad o vocación de servicio. Los indicadores para cuantificar estos conceptos pueden obtenerse como fruto de estudios sociológicos, cuestionarios internos, test de personalidad, verificación de actitudes, etc. Por ejemplo, para identificar si la entidad tiene una cultura individualista o de grupo se les puede preguntar a los responsables de personal si, a la hora de contratar a un empleado, prefieren que su perfil sea compatible con el grupo o que sea brillante. Una vez recopilada la información pueden aplicarse técnicas exploratorias de análisis de datos multivariante como el análisis factorial, las escalas multidimensionales que permiten detallar el tipo de cultura de la organización.

3.4. Imagen. En la contabilidad podemos encontrar los gastos en marketing, en publicidad, patrocinio de eventos, que tienen como fin mejorar la imagen de la entidad, etc. Nuevamente hemos de advertir que la contabilidad tradicional está orientada a los hechos pasados y sería más interesante medir la eficiencia de estas campañas u otros hechos que han contribuido a mejorar la imagen de la entidad, independientemente del gasto. Estos indicadores alternativos suelen obtenerse mediante barómetros de opinión. Podemos obtener el “grado de conocimiento del servicio”, “índices de valoración del servicio”, “referencias de la entidad aparecidas en los medios de comunicación”, “eventos de impacto internacional organizados que arrastran otros”, etc.

3.5. Calidad del servicio. Otro de los conceptos intangibles es la calidad, que podemos valorarla con criterios objetivos, según cumplan una determinada norma de calidad, o también con criterios subjetivos, según la percepción del usuario.

Hay autores que mencionan que para valorar la calidad de servicio, hay diez factores clave: apariencia de las instalaciones de la entidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, profesionalidad, cortesía, credibilidad, seguridad, accesibilidad, comunicación y comprensión hacia el cliente. Para cada factor es deseable encontrar indicadores que los cuantifiquen. En cuanto a criterios objetivos, pueden obtenerse indicadores como: “premios a la calidad”, “certificaciones de calidad obtenidas”, “puntuación procedente de auditorías de calidad”, “número de servicios que no han tenido éxito” o “nivel de utilización de los servicios que se ofrecen vía Internet”. Si la entidad opera en un sector en el que hay empresas privadas que ofrecen el mismo servicio, pueden considerarse otros indicadores como el “aumento de empresas de sector privado que ofrecen los mismos servicios que las públicas” o “número de usuarios que repiten servicio”.

En cuando a los indicadores que tratan sobre la percepción del usuario, podemos considerar la “evolución del número de reclamaciones y quejas de usuarios de los servicios”, “grado de satisfacción sobre plazo de entrega del servicio”, etcétera.

3.6. Relaciones de la organización con otros agentes externos. Disponer de alianzas estratégicas con otras empresas o, en general, relaciones con el entorno es un activo intangible

muy valioso. La capacidad de la entidad para influir políticamente puede llegar a determinar la financiación con que cuenta. Para medir la red de alianzas de una empresa pueden verificarse datos objetivos como el porcentaje de participaciones accionarias cruzadas de que disponen. La fortaleza o capacidad para influir se puede medir con la “capacidad para atraer usuarios de ámbitos geográficos diferentes que acuden al servicio”, el “impacto internacional de los eventos que organiza”, la “capacidad para convocar a los medios de comunicación”, los “contactos con servicios equivalentes en otras localidades”, la “capacidad para obtener ayuda internacional recíproca en caso de necesidad”, etc.

3.7. Aptitudes de los empleados. Los recursos humanos, con sus conocimientos, habilidades y actitudes son fundamentales para que la entidad logre sus objetivos, [Klase [1996]. Disponer de empleados competentes, capacitados, con un nivel de formación adecuado al puesto de trabajo, personas activas con capacidad para innovar e incluso influir es un activo intangible fundamental para conseguir los objetivos propuestos por la organización. En el marco del capital intelectual, los gerentes ven al personal como unos activos intangibles que combinados en equipos de trabajo ayudan a la consecución de los objetivos de la entidad. Para medir la aptitud deberían utilizarse indicadores que revelaran la adecuación del empleado al puesto de trabajo. También la organización debe considerar indicadores que midan desviaciones al equilibrio óptimo, por ejemplo entre veteranía y juventud, o el número de personas disponibles para trabajar

en distintos entornos geográficos o funcionales.

3.8. Aprendizaje permanente. El organismo debe velar por la actualización permanente y formación continua de los empleados como forma de mantener y aumentar su capacitación. Un indicador inmediato que se puede obtener de la contabilidad son los “gastos en formación”, aunque no revela si el dinero aplicado fue bien gastado. Otros indicadores fáciles de obtener pero con las mismas limitaciones en términos de efectividad son el “número de horas de formación por persona y año” o el “porcentaje de personas que han recibido formación en el año”. Más audaces, aunque exigen a la organización una recogida de datos adicional, con controles o encuestas, serían los “cursos a los que se ha asistido en el último año y que han sido fructíferos”, el “índice de satisfacción con la formación”, el “personal que ha participado en proyectos realizados por la organización que han contribuido a mejorar su competencia profesional” o el “porcentaje de la formación aplicada en la ocupación desempeñada”.

3.9. Condiciones laborales. Conceptos intangibles como el ambiente, las posibilidades de promoción, los incentivos o la seguridad en el trabajo inciden en el rendimiento de los empleados. El ambiente laboral o clima social se puede medir con las “horas de ausentismo”, “bajas voluntarias por número de empleados”, “despidos”, “horas perdidas por huelgas”, “grado de satisfacción de los empleados”, “crecimiento de sugerencias de empleados”, “quejas de empleados”, “participación en actividades voluntarias o extra laborales”, etc. La seguridad en el trabajo puede medirse

con indicadores como el “número de accidentes del personal” o las “horas perdidas por accidentes”. Las posibilidades de promoción laboral pueden medirse con indicadores como “plazas ofertadas en oposición y su evolución”, “tiempo medio para promocionar”, “quejas por injusticia y falta de equidad en los sistemas de promoción”, “porcentaje de personal a tiempo parcial y contratado que no ha renovado”, “plantilla real versus plantilla ideal según objetivos de la organización” o “ritmo de crecimiento del departamento con respecto a la entidad”. Los incentivos a los empleados son importantes.

3.10. Compromiso social. La información de base social ha sido tratada por la Contabilidad desde hace años. Como indicadores que pueden obtenerse de la contabilidad destacan gastos como las becas concedidas, donaciones, obra social, etc. Otros indicadores pueden recoger los “cursos o charlas ofrecidos gratuitamente a la población”, “apoyo a colectivos menos favorecidos” o las “políticas de reinserción”.

3.11. Compromiso medioambiental. Reflejan las medidas que ha tomado la empresa para favorecer el objetivo de conservación del medio ambiente. Diversas asociaciones profesionales han propuesto indicadores integrados en cuadros de mando medioambientales como la American Accounting Association, AAA [1973] o el documento 13 de AECA [1996], véase Tejada [1999 pág. 279]. Los indicadores que se proponen incluyen el “porcentaje de reciclaje”, “ahorro de agua”, “emisión de ruidos”, “niveles de contaminación”, “daños causados”, etc.

#### 4.- Contabilidad Tradicional Vs. Contabilidad del Siglo XXI

La contabilidad tradicional trabajó generalmente con ciclos cronológicos retrospectivos (históricos); la nueva contabilidad debe mirar el futuro, por tanto ser prospectiva; como su futuro es incierto, por los cambios sucesivos y emergentes del contexto, su planteamiento debe ser estratégico, el cual consiste en establecer metas flexibles y adaptables a los cambios, teniendo como base la vida del producto y los costos deben evaluar esos ciclos de vida: en esta forma los costos se anticipan a las crisis y a la discontinuidad del tiempo.

Los nuevos cambios en el contexto de la misión de la contabilidad y las nuevas necesidades evolutivas de las empresas, implican reorientar la misión contable.

Para realizar la investigación científica y tecnológica en el campo contable, nosotros los contadores deberemos cambiar los paradigmas tradicionales antes expuestos, y enfocar a la contabilidad como una ciencia, ya que es la única forma de hacer investigación científica, dejando en segundo plano lo que se ha venido haciendo.

Es muy grande el trabajo a realizar, y en él todos debemos constituirnos en actores. No podemos estar esperando que otros realicen los cambios y transformarnos en espectadores. Debemos prepararnos para los nuevos desafíos y estar capacitados para enfrentarlos. Nada ganaremos si luego de que pasen las cosas, llenamos nuestro entorno de justificaciones.

La contabilidad tradicional, que es la hoy tenemos como herramienta, nos

brinda indicadores financieros que están anclados en un modelo que ya tiene varios siglos y fueron pensados para sociedades que valoraban los activos físicos, no los intangibles.

En consecuencia la contabilidad tradicional y sus resultados económicos financieros, expresados en dos estados conocidos como: Ganancias y Pérdidas y Balance General, hoy día no muestran la verdadera situación, aquella que referenciamos como Capital Intelectual y Generación de Valor, salvo algunas excepciones, donde se contabilizan los Intangibles, bajo ciertas denominaciones tales como: Renombre Comercial, Patentes de Fábrica, Investigación y Desarrollo, etc.

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

Existen algunos modelos que permiten cuantificarlo, aunque es preciso reconocer que debemos ahondar con más precisión a objeto de contar con un mayor número de adeptos a esta importante referencia.

Es un desafío el incluir el capital intelectual, como un pasivo de la empresa, dado que, quienes lo poseen son los empleados, quienes en definitiva son sus dueños y una vez dejado el cargo se lo llevan. No obstante, en lo personal, si los empleados son formados por la organización para la que laboran, parte de esta formación, debe integrarse a la generación de valor de la empresa; ya que de alguna manera, se traduce esta capacidad e innovación en mejores resultados, tanto operativos como financieros.

#### 5.- Conclusiones

El capital intelectual, la generación de valor, la inclusión de nuevos paradigmas extra contables o numéricos, es un hecho, que se está convirtiendo en una realidad que vale la pena explorar e incorporar.

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

Hemos dicho y reconocido la importancia de la medición de los intangibles pero, a los fines de evitar un abuso será preciso regular y supervisar la presentación de documentos sobre activos intangibles.

Impidiendo que se utilicen los intangibles para justificar inversiones ruinosas - las empresas del sector Internet (.com) nos proporcionan un claro ejemplo. Muchas de ellas que justificaban sus cuantiosas pérdidas argumentando que tenían activos intangibles de gran valor: marcas, know-how, personal innovador, etc. finalmente quebraron.

Y nosotros como síndicos concursales debemos analizar si las empresas concursadas no han utilizado a los intangibles para justificar erogaciones innecesarias.

Las profundas transformaciones producidas en el planeta en las últimas décadas del siglo XX han impactado fuertemente tanto en los individuos como en las organizaciones, variando las reglas de juego e imponiéndose a través de la globalización de la economía, un cambio contundente en el escenario en que las empresas deben actuar y desarrollarse

Este entorno sumado a las circunstancias individuales de cada organización, ha llevado a muchas de ellas a situaciones de crisis cuya solución debe necesariamente ser rápida y conducente a la recuperación. El desafío es la búsqueda de soluciones ágiles a los problemas de fondo atendiendo primordialmente el interés social en detrimento del interés individual de otros protagonistas.

Si bien no es razonable esperar que la ley concursal pueda de por sí resolver las crisis empresariales, ya que surgen de la acción de un universo de variables de tal envergadura que necesitan del auxilio de varias disciplinas para encararlas, le cabe sí a la ley el rol de fijar el marco adecuado y los procedimientos a utilizar en las empresas en dificultades atendiendo, como se ha dicho, el interés comunitario comprometido.

Hemos mencionado la importancia que hoy revisten los bienes inmateriales dentro de los activos intangibles. En cualquier empresa, el valor de los denominados intangibles autogenerados, puede ser superior al de las mercaderías o de la misma planta productiva.

Por ello el ordenamiento legal concursal debería hacerse eco de esta realidad e incorporar mecanismos orientados a su resguardo. En tal sentido se debería evitar la paralización o el cese de actividades en empresas en quiebra, a través de: a) continuar la explotación para mejorar el precio de venta de los establecimientos en funcionamiento, b) escindir los activos y pasivos en actividad antes del decreto de quiebra y con la debida intervención del Poder Judicial y c) preadjudicar los establecimientos en

actividad de las empresas en dificultades a terceros, antes del decreto de quiebra, al estilo del instituto norteamericano denominado "pre-packaged bankruptcy"

En este difícil camino a transitar uno de los grandes compromisos a asumir, es:

Reconocer la importancia del Capital Intelectual

Evitar la pérdida de los activos intangibles en las liquidaciones de empresas en Quiebra.

### Bibliografía

American Accounting Association, AAA (1977): "Report of the Committee on Accounting for Human Resources", *The Accounting Review*, Supplement, págs. 169-185.

ANDREU, R.; SIEBER, S. (2000), "La Gestión Integral del Conocimiento y del Aprendizaje", *Economía Industrial*.

ARJONA, M. (1999), "Dirección Estratégica. Un enfoque práctico", Díaz de Santos, Madrid.

ARTHUR ANDERSEN (1999), "El Management en el Siglo XXI", Granica, Buenos Aires.

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, AECA (1996): Documento 13, Contabilidad de Gestión Medioambiental, Madrid

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, AECA (1997): Documento 16, Indicadores de Gestión para las Entidades Públicas, Madrid

BORRELL, F. (1996), "Cómo Trabajar en Equipo y Relacionarse Eficazmente con Jefes y Compañeros", Ediciones Gestión 2000, S.A., Barcelona.

BROOKING, A. (1997), "El Capital Intelectual", Paidós Empresa, Barcelona.

BRUMMET, R.L., E.G. FLAMHOLTZ Y W.C. PYLE. (1968): "Human Resource Measurement: A Challenge for Accountants", *The Accounting Review*, April, págs. 217-224.

BUENO, E. (1999a), "Gestión del Conocimiento, Aprendizaje y Capital Intelectual", *Boletín del Club Intelec*, 1

BUENO, E. (1999b), "¿Por qué Gestión del Conocimiento?", Documento de Trabajo del curso de verano Capital Intelectual y Gestión del Conocimiento, San Lorenzo del Escorial (Madrid).

BUENO, E. (2000), "La Era de la Información, del Conocimiento y del Aprendizaje", Documento de trabajo de la sesión plenaria del Club Intelec, 8 de mayo de 2000.

CAÑIBANO, L.; GARCIA-AYUSO, M. Y SANCHEZ, P. (1999): "La relevancia de los intangibles para la valoración y la gestión de las empresas: revisión de la literatura". *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, n 100, págs. 17-88.

DAVENPORT, THOMAS O, "Capital Humano: Creando ventajas competitivas a través de las personas". Ed. Gestión 2000. Sept. 2000.

DE MULDER, E. (2000), "El Valor Estratégico de la Gestión del Talento",

- Documento de trabajo de APD, Madrid, 22 de junio de 2000.
- EDVINSSON, L.; MALONE, M.S. (1999), "El Capital Intelectual", Gestión 2000, Barcelona.
- EUROFORUM (1998), "Medición del Capital Intelectual. Modelo Intellect", IUEE, San Lorenzo del Escorial, Madrid
- FERNÁNDEZ, E.; MONTES, J.M.; VÁZQUEZ, C.J. (1997), "La Teoría de la Ventaja Competitiva basada en los Recursos: Síntesis y Estructura Conceptual", Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, vol. 6, n 3.
- FERNÁNDEZ, E.; MONTES, J.M.; VÁZQUEZ, C.J. (1998), "Los Recursos Intangibles como Factores de Competitividad de la Empresa", Dirección y Organización, n 22, sept.
- FERNÁNDEZ, PABLO VALORACION DE EMPRESAS. Gestión 2000. Barcelona 1999
- FERNÁNDEZ, Z. (1999), "El Estudio de las Organizaciones (La Jungla Dominada)", Papeles de Economía Española, n 78-79.
- FRANCÉS, ANTONIO ESTRATEGIA PARA LA EMPRESA EN AMÉRICA LATINA. Ediciones IESA. Caracas 2001.
- G. BENNETT STEWART, III. EN BUSCA DEL VALOR. Gestión 2000. España 1999
- GARCÍA SAZ, M.; GIL RODRÍGUEZ, F. (1996), "Grupos en las organizaciones". Trabajo - Organización científica. Sociología industrial. Equipos de trabajo. Editorial Eudema, Serie Psicología 1996.
- GOLEMAN, D. (1996), "Inteligencia Emocional", Kairós, Barcelona.
- GOÑI ZABALA, J.J (1999), "El cambio son personas. La dirección de los procesos de cambio"
- GRANT, R.M. (1996), "Dirección Estratégica. Conceptos, Técnicas y Aplicaciones", Civitas, Madrid.
- KAPLAN, R.S; NORTON, D.P. (1996), "Cuadro de Mando Integral" (The Balanced Scorecard), Gestión 2000, Barcelona.
- KARL ERIK SVEIBY, "Capital Intelectual: La nueva riqueza de las empresas. Cómo medir y gestionar los activos intangibles para crear valor. Ed. Gestión 2000.
- LEIF EDWINSON Y MICHAEL S. MALONE EL CAPITAL INTELECTUAL. Editorial Norma. 1999
- LLORIA, M.B. (2000), "El conocimiento como recurso y capacidad. Una Aproximación a la Gestión del Conocimiento como Ventaja Competitiva", Universidad de Valencia, Working Paper.
- LÓPEZ SINTAS, J. (1996), "Los Recursos Intangibles en la Competitividad de las Empresas. Un Análisis desde la Teoría de los Recursos", Economía Industrial, n 307, enero-febrero.
- LÓPEZ, J.A.; MADRID, M.F. (1996), "Cómo hacer de la Empresa una Organización Aprendiziente", Economía Industrial, n 311.
- MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. (1999), "Safari a la Estrategia", Granica, Buenos Aires.
- MUÑOZ SECA, B.; RIVEROLA, J. (1997), "Gestión del Conocimiento", Biblioteca IESE de Gestión de Empresas, Universidad de Navarra, Folio, Barcelona.
- NAVAS, J.E.; GUERRAS, L.A. (1998), "La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones", Civitas, Madrid.
- PORTER, M. (1987), "Ventaja Competitiva", C.E.C.S.A., México.
- PORTER, M.; MILLAR, V.E. (1986), "Cómo Obtener Ventajas Competitivas por medio de la Información", Harvard-Deusto Business Review, n 25, primer trimestre.
- REVILLA, E. (1995), "Factores Determinantes del Aprendizaje Organizativo. Un Modelo de Desarrollo de Productos", CLUB GESTIÓN DE CALIDAD, Madrid.
- ROBERT S. KAPLAN Y DAVID NORTON CUADRO DE MANDO INTEGRAL (The Balanced Scorecard). Gestión 2000. España 1999
- SERRANO, C. Y CHAPARRO, F. (1999): "Casos prácticos: la medición y gestión de intangibles en Skandia y Celemi", Finanzas & Contabilidad, Harvard Deusto, Vol 27, enero-febrero págs. 30-34
- TEJADA, A. (1999): La gestión y el control socio-económico de las interacciones empresa-medio ambiente. Contribuciones de la Contabilidad a la gestión sostenible de la empresa. ICAC, Ministerio de Economía y Hacienda, Madrid
- VENTURA, J. (1996), "Análisis Dinámico de la Estrategia Empresarial: Un Ensayo Interdisciplinar", Universidad de Oviedo, Oviedo.
- VIVAS, C. (1998): "La práctica del cuadro de mando integral", Finanzas & Contabilidad Harvard Deusto, Vol 22, marzo/abril, págs. 42-52

# Normas para la presentación de trabajos

## 1. Objetivos

1.1. El objetivo de la revista *Atenea*, es la difusión de trabajos e investigaciones de carácter académico y científico relacionadas con las diferentes temáticas de las Facultades de la UdeMM, realizadas tanto por profesionales y docentes de la Universidad como así también por otros profesionales cuyos escritos resulten de interés a juicio del Comité Consultivo.

1.2. La revista *Atenea* buscará preservar y garantizar la calidad académica y editorial, tanto en su presentación como en su contenido. A tal fin, la Universidad de la Marina Mercante invitará a sus docentes, alumnos y graduados a volcar en ella los frutos de sus reflexiones y debates académicos, doctrinales, científicos y éticos.

1.3. También se invitará a prestigiosos doctrinarios y docentes, para que con su aporte enriquezcan el contenido de la revista, al tiempo que extiendan los lazos de amistad con otras Universidades, instituciones, revistas y bibliotecas.

1.4. En sus páginas se dará cabida y prioridad a aquellos trabajos que a juicio del Comité Consultivo resulten de interés y cumplan con requisitos mínimos de rigurosidad profesional, y que permitan alcanzar el cumplimiento de los objetivos de la publicación.

## 2. Sistema de referato

2.1. A fin de garantizar la calidad de la revista *Atenea*, se implementará un sistema de Referato, con las siguientes características:

2.1.1. Cada trabajo presentado será sometido a la consideración de los miembros del Comité Consultivo correspondiente. El mismo estará compuesto por miembros de cada Facultad de la UdeMM y personalidades académicas de reconocido prestigio que no sean docentes de la UdeMM, elegidos anualmente por el Consejo Superior Académico de la Universidad de la Marina Mercante.

2.1.2. Los miembros del Comité Consultivo deberán remitir sus con-

sideraciones al Director de la Revista, expidiéndose de la siguiente manera:

- Identificación del trabajo (título y autor).
- Consideraciones generales sobre calidad, originalidad, importancia y actualidad del trabajo.
- Dictamen, por el cual deberán expresarse en alguna de las siguientes formas: a) Se recomienda su publicación; b) Se sugieren cambios o mejoras; c) Se recomienda su no publicación.

2.1.3. Si la cantidad de recomendaciones favorables a la publicación del trabajo fuera de la mitad o más de las opiniones recibidas, el trabajo podrá ser publicado con la única limitación del tamaño de la revista. A tal efecto, se tendrá en cuenta el principio de la prioridad temporal de los trabajos presentados y aprobados.

2.1.4. De las recomendaciones de cambios o mejoras, sin indicación del opinante que las sugirió, se correrá traslado al autor, para que formule su descargo o realice las modificaciones.