

El Capital Intelectual y la Contabilidad

Jack Alberto Araujo Ensuncho*

“En el mercado actual de negocios, las compañías reconocen que la información, el conocimiento y la habilidad para actuar sobre ellos, son su más valioso recurso”.

Wayne Eckerson

“El recurso económico básico ya no es el capital, los recursos naturales o la mano de obra. Este es y será el conocimiento. El valor es ahora creado por la productividad y la innovación, ambos conceptos derivados de la aplicación del conocimiento al trabajo”.

Peter Drucker

* Profesor e investigador contable, jackaraujo@une.net.co, www.jackaraujo.com

1. INTRODUCCIÓN

Esta es una expresión que cada vez se escucha con más frecuencia. “Dentro de la literatura de Administración de Empresas, los conceptos de Aprendizaje Organizativo, Gestión del Conocimiento, y Medición del Capital Intelectual, se han convertido en el centro de interés. La gran atención que está atrayendo este campo no solo se refleja en las publicaciones académicas, sino también en el creciente número de Congresos y webs especializados en este campo, así como en artículos y tribunas publicados en revistas y periódicos relevantes. Sin duda, constituye un campo de investigación novedoso, y complejo, cuya gestación se inició a principios de los años noventa en países como Suecia y Estados Unidos. En España, la investigación existente dentro de este campo es muy escasa, a pesar del notable interés que ha despertado, tanto dentro del mundo académico como del empresarial.” (0)

Dice Richard Karlgaard, director de la revista Forbes en el prólogo que le hace al libro: “El capital intelectual”: “Hoy la creación de riqueza es un hecho mental. Las acciones de Microsoft se cotizan a 10 veces su valor en libro, lo cual significa que 90 por ciento de su valor es intangible. Consiste en programación electrónica, marca de fábrica, y fuerza de Marketing-cosas que provienen todas del cerebro de alguien.

Nadie sabe esto mejor que el mismo Gates, quien revelo en Enero de 1997 a la revista Times el secreto del toque de Midas de Microsoft: “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 hacia dónde va el mundo”. En otros términos, Gates trabaja sin cesar para aumentar el capital intelectual de Microsoft” (1).

Aun cuando algunos autores ubican el desarrollo de este tema a comienzos de los años noventa, en realidad, ello tuvo su origen a finales de la década de los sesenta cuando un grupo de tres contadores públicos de Norte América, *R. Lee Brumment, Eric G Flamholtz y William C. Pyle*, decidieron realizar una investigación en la empresa “R.G. Barry en tres etapas, en donde la primera era conducente al desarrollo de un sistema de contabilidad de recursos humanos. “Los elementos de este sistema pueden delinearse brevemente. En primer lugar, se ha realizado un intento para identificar los costos de los recursos humanos y separarlos de los demás costos de la empresa. Se han formulado ciertas técnicas y procedimientos para distinguir entre los costos relativos a los gastos y aquellos referentes a los activos de los recursos humanos. Los activos humanos se clasifican después en categorías funcionales tales como: reclutamiento, contratación, entrenamiento, desarrollo y familiarización con la empresa. Posteriormente, las cantidades resultantes en las cuentas de los activos son asignadas a las “cuentas personales de activos” de cada uno de los gerentes individuales. La figura 38.1 muestra un modelo generalizado del flujo de los datos en el sistema (...) la contabilidad de recursos humanos no se ha diseñado para ser empleada en los estados financieros que se publican en los medios informativos, sino que constituye una herramienta de la gerencia; está estructurada para satisfacer las actuales necesidades de información encaradas por los directivos en la vida cotidiana”. (1ª)

El objetivo de este artículo es discutir la importancia estratégica del capital intelectual organizativo, su naturaleza como activo intangible y la manera como la contabilidad debe tratarlo.

2. DEFINICIÓN

Algunos autores incluyen en su definición de capital intelectual, tanto el potencial del cerebro humano (conocimiento) como los nombres de productos, marcas de fábricas, liderazgo en tecnologías, entrenamiento de los empleados, rapidez de respuesta a las llamadas de servicio al cliente, posición del mercado, lealtad de la clientela, calidad, la capacidad de una compañía para aprender y adaptarse, etc.

Cualquiera que sea la definición que se adopte es evidente que el valor del Capital Intelectual en los negocios mundiales es inmenso (...) Charles Handy, también de la Escuela de negocios de Londres, calcula que puede llegar a tres ó cuatro veces el valor de los activos materiales de una compañía. De acuerdo con el Índice Mundial Morgan Stanley, el promedio del valor de las compañías en la bolsa de valores mundial es el doble de su valor en libros. En los Estados Unidos el valor de mercado de una corporación es típicamente de dos a nueve veces su valor en libros” (2).

De acuerdo con la “Revista Semana”: “La forma tradicional de valorar las empresas ha quedado atrás, ahora pesa más el conocimiento que los activos físicos. En el mundo actual los activos más valiosos ya no son las maquinarias, los edificios, las instalaciones, los inventarios, los depósitos en bancos, hoy por hoy pesan más los activos intangibles que tienen su origen en los conocimientos, habilidades, valores y actitudes de las personas que forman parte de la empresa”. (3).

3. EL PROBLEMA

“El dilema radica en que los sistemas contables y financieros que se usan en la actualidad datan de hace más de 600 años. El tradicional sistema de partida doble desarrollado en Venecia por el matemático Luca Paccioli en el año de 1400 ya no logra captar el valor de la nueva Economía, la cual se basa en la creación de activos intangibles, tales como el Capital Intelectual, el desarrollo de marcas y patentes, la capacidad de innovación, la experiencia y formación de los empleados, entre otras. (...) Este hecho ha puesto en evidencia la poca utilidad de los reportes financieros actuales y, peor aún, las herradas decisiones a las que puede llevar la lectura de los mismos”. (4).

O como señala Alfonso Martínez presidente en Colombia de la firma de consultoría Booz-Allen & Hamilton, “La Contabilidad tradicional es ignorante en el tratamiento de activos intangibles tales como el recurso humano la investigación y desarrollo de productos, la consecución de clientes nuevos y la creación de marcas licencias y patentes”. (5).

No hay duda de que mientras las empresas que producen tangibles pierden valor en el mercado las que se basan en el capital intelectual ganan terreno en las bolsas de valores (ejemplo: Microsoft cuyo valor contable es de 45.000 millones de dólares, su valor de mercado es de 525.700 millones de dólares. Ford Motors a la inversa: Valor en libros 276.200 millones de dólares; mientras su valor de mercado es de 49.600 millones de dólares.)

Detengámonos un poco en el planteamiento del problema, ya que en ésta parte es importante precisar cuál o

cuáles son los problemas que subyacen en esto del capital intelectual.

Algunos de ellos pueden ser: ¿Cuál es su naturaleza? ¿Qué debe incluirse y que no como tal? ¿Cómo administrarlo? ¿Cómo se mide? ¿Cómo se registra? ¿Cómo se revela? ¿Cómo se comunica?

Como se puede apreciar del planteo anterior, esas preguntas son para responder por varios tipos de profesionales, tales como los Administradores, los economistas, los epistemólogos, los profesionales de la información, los contadores, y otros; y no es responsabilidad únicamente de la Contabilidad, a la cual parece lloverle los cargos por incapaz de tener todas las respuestas a las preguntas formuladas.

Sin desconocer que la Contabilidad tiene parte de la solución, también es evidente que éste es un problema multidisciplinario en el cual otros profesionales tienen mucho que decir y aportar.

Dividámoslo, entonces, en tres campos problemáticos: los relativos a la naturaleza del concepto de Capital Intelectual; los relativos a los de cómo gerenciar y/o administrar este recurso; y los relativos a los de carácter económico-financiero-contable.

Los problemas del primero y segundo carácter no serán discutidos aquí, mientras que si discutiremos los relativos a su carácter económico-financiero-contable.

4. EL CAPITAL INTELECTUAL, EN TANTO RECURSO ECONÓMICO FINANCIERO CONTABLE.

Independiente de la naturaleza del Capital Intelectual, para un sin número de autores, este es un recurso considerado como un activo intangible de la empresa pues es en esencia producto del conocimiento.

El conocimiento se convierte en activo cuando se almacena en la mente humana y es usado productivamente, con capacidad de servicio para varios períodos, es decir, no se agota en un solo período, fiscal ó contable.

El conocimiento es patrimonio de las personas desde el punto de vista intelectual (como valor intelectual); desde el punto de vista económico es patrimonio de las personas (Capital Humano) y podría serlo también de las empresas (Capital estructural) si esta lo ha comprado o si lo ha fabricado, o bien como recurso arrendado.

Si el Capital Intelectual es un recurso-Activo, es evidente que este se puede comprar, vender, fabricar y usar productivamente.

Es decir, es un recurso que la empresa posee, propio o arrendado y que le permite desarrollar múltiples actividades que le aportan una ventaja competitiva que bien puede traducirse en mejores utilidades, mayores ganancias y por consiguiente mayor patrimonio.

5. EL CAPITAL INTELECTUAL Y LA CONTABILIDAD

De todo esto se aprecia el papel estratégico que juega la Contabilidad como sistema informativo y de comunicación que es, así como cuerpo de conocimiento capaz de ofrecer explicación a los resultados de una gestión al interior de las empresas.

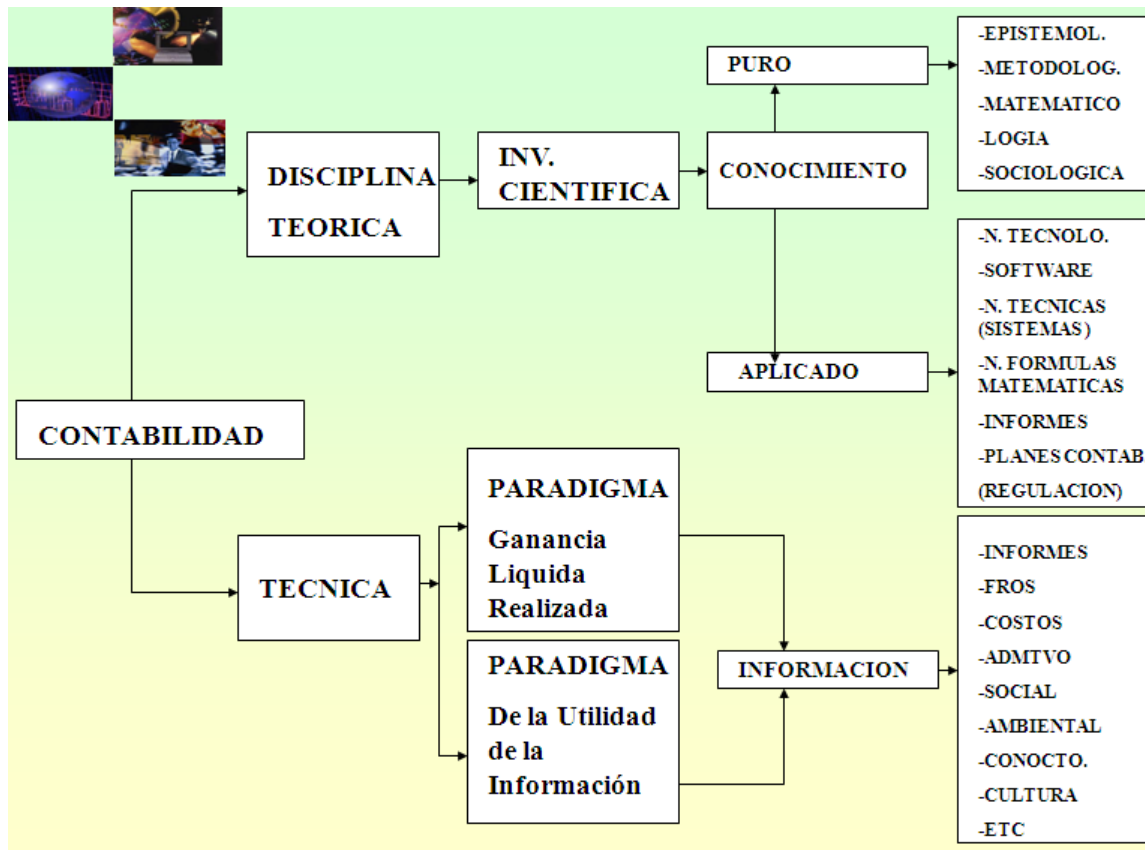
Para una mejor comprensión de lo que sigue, veamos rápidamente que es esto de la Contabilidad.

Hasta hace veinte años, en nuestro medio, la contabilidad era considerada una técnica y no había otra manera de mirarla. Digo que en nuestro medio, por cuanto en los Estados Unidos a finales de la década de los sesenta y comienzos de los setenta, ya habían empezado a cuestionar el carácter técnico de la contabilidad. En nuestro país nos vinculamos a esa discusión solo a finales de los setenta. Hoy, creo que es mucho lo que hemos aportado a ese debate. Producto de todo ello son una serie de nuevas teorías contables, investigativas y profesionales de las que disponemos y que han, a no

dudarlo, enriquecido a la contabilidad hasta el punto de que hoy se le ve ya no solo como una técnica productora de información, sino también como una disciplina productora de conocimiento.

5.1. LA CONTABILIDAD COMO TÉCNICA Y COMO DISCIPLINA

En el siguiente cuadro, verlo en anexo, se puede apreciar cómo, a partir de la palabra Contabilidad, se bifurcan dos ramas, una hacia abajo que denota la corriente técnica de la contabilidad y la otra hacia arriba que denota su carácter disciplinal.



Cuando hablamos de la contabilidad como técnica, nos referimos a ella como un conjunto de instrumentos para hacer, para producir información, basada fundamentalmente en los principios de contabilidad, al menos única y exclusivamente hasta hace 30 años, práctica conocida con el nombre del enfoque o Paradigmas de La Ganancia Líquida Realizada. Desde entonces y hasta esta parte, los mismos norteamericanos aportaron un nuevo paradigma llamado: La Utilidad de la Información.

El primer enfoque o el de la Ganancia Líquida Realizada se caracteriza porque: mide la utilidad operativa de la empresa; está dirigido a satisfacer el interés común del público; dirigido a usuarios indeterminados; su punto de partida o fuente de información son los intereses económicos; como metodología de trabajo utiliza básicamente los principios de contabilidad generalmente aceptados; y, elabora estados financieros de propósito general (Balance General, Estados de Resultados, etc.)

Mientras que el segundo enfoque, La Utilidad de la Información, se caracteriza porque: produce información útil para apoyar los procesos de toma de decisiones; está dirigido a satisfacer necesidades específicas de ciertos usuarios; dirigido a usuarios determinados, es decir, al usuario individual; su punto de partida o fuente de información es la realidad misma; como metodología de trabajo utiliza la investigación empírica; y, elabora estados contables de propósito especial.

Pero una característica común de ambos es que su finalidad última es la de producir información

Sin embargo, en los veinte años que llevamos investigando en materia contable en nuestro país hemos logrado producir, entre otras cosas, **un nuevo paradigma**, superior a los dos anteriores, y es **el paradigma del conocimiento contable**, el cual se caracteriza por producir, a más de información, conocimiento contable.

Algunas diferencias entre este nuevo paradigma y los dos anteriores, son:

1. La información no es un producto terminado, sino que es la materia prima del conocimiento;
2. Además, mientras la información habla del aspecto cuantitativo de los objetos de que trata, el conocimiento es su aspecto cualitativo y tiene una mayor capacidad de explicación de tipo causal y dialéctico, es decir, trata de la dinámica, las relaciones, la esencia y las contradicciones de los objetos de que da cuenta.
3. Busca la verdad objetiva, i/o racional, a más de la utilidad de la información.
4. Produce conocimiento contable (saber, teorías) verificables.
5. Su método es la investigación científica.
6. Es predictiva
7. A más de producir instrumentos para el hacer práctico, produce instrumentos para el hacer cognoscitivo.
8. Es crítica
9. Está dirigida a resolver problemas, confirmar o negar hipótesis, identificar y elaborar paradigmas, diseñar modelos, teorías, conocimiento.
10. Es interdisciplinaria
11. Satisface necesidades de usuarios individuales y generales.
12. Permite tomar a la administración decisiones inteligentes.
13. Tiene como ventaja competitiva, frente a los dos anteriores paradigmas,

que responde a las exigencias que están haciendo las empresas al requerir ya no solo información, sino conocimiento organizacional.

Durante siglos y siglos hemos estado produciendo información y no hemos pasado de ser técnica, mientras que en solo veinte años que llevamos de estar produciendo conocimiento contable hemos creado la gran ilusión y esperanza de que la contabilidad se convierta en una ciencia.

1.2 CRITICA A LA CONTABILIDAD TRADICIONAL

La información tradicional es la que está contenida en los estados financieros tales como el balance general, el estado de resultados, el estado de flujo de efectivo y el de la distribución de utilidades.

Esa información no sirve para fines interno. ¿Por qué? ¿Cuáles son las debilidades de esa información para fines internos?

Primero. Porque es genérica. O sea, es una información que no va orientada a un usuario en particular sino a todos en general. Digámoslo de esta manera: Es una información que le sirve a todos en general pero a nadie en particular.

Segundo. Porque no es verdadera, es decir, es falsa, convencional, legal; o sea, responde a unas exigencias legales pero no se ajusta a la realidad. Por ejemplo: una silla. Convencionalmente hemos acordado que se deprecie en 10 años; pero esa silla en 10 años todavía tiene una vida útil de 5 ó 10 años más. Entonces, usted lo que produce es una información convencional; es decir, con fines legales o fiscales.

Un edificio se deprecia en 20 años, pero tiene una vida útil de 30, 50 años o más. Los edificios de Cartagena, de la ciudad amurallada, tienen 200 años. En Paris, el edificio más nuevo, más moderno, tiene 100 años.

La contabilidad tradicional deprecia en 20 años, siendo que, a la inversa, entre más pase el tiempo, el edificio vale más. Sin embargo, para los contadores vale menos, es un contrasentido. La iglesia de Notre Dame tiene 1.000 años. ¿Entonces? ¿De qué realidad estamos hablando?

Es una manera muy extraña, por parte de la contabilidad de reflexionar y tratar la realidad.

Estudiemos otro caso: cada vez que se contrata a un contador para que certifique el monto de unos inventarios, se obtiene un valor diferente por cada uno. Mientras el uno dice valer \$40 millones, el otro dirá que valen \$50 millones, y así sucesivamente.

Claro, todos certifican de manera distinta porque hay un principio de contabilidad que acepta que todos los métodos son igualmente válidos aun cuando cada método conduzca a resultados diferentes. O sea: todas las mentiras están legalizadas.

Por eso, los contadores producen información válida legalmente pero no realmente verdadera.

Lo mismo ocurre con un edificio. Vamos a suponer que no le han hecho mejoras al edificio. Usted pone a un contador a que le diga cuánto vale un edificio; él le va a decir, si tiene 20 años ya nada vale.

Pero obsérvese, todos los activos “depreciados” que están por fuera de la

contabilidad es otra mentira; Es como si no existieran como bienes y recursos en la empresa.

Tercera. Porque es poco reveladora. A más de los activos fijos depreciados, ya comentados arriba, hay otra cantidad de bienes que son recursos de la empresa, pero no están en los balances; claro, son, entre otros, los recursos ambientales, los recursos humano-sociales, los recursos cognitivos, los recursos culturales, etc.

Todo ello nos lleva a afirmar que la información contable es una información que no refleja la realidad, que no tiene sentido, y que no es útil para tomar decisiones inteligentes.

Leer un poco más sobre el particular en mi artículo: Conocimiento Contable vs Información Contable (2003).

5.3. EL PROCESO CONTABLE.

El Proceso Contable da cuenta de cómo procede la contabilidad para obtener la información que revela. Este proceso consta de cinco etapas:

1. La identificación
2. La medición
3. El registro
4. La revelación
5. La comunicación

5.3.1 La Identificación.

Esta consiste en argumentar en favor de algunos recursos o eventos como necesarios de que la contabilidad los considere dentro de su sistema informativo y de comunicación. Normalmente esto se da luego de un proceso evolutivo de una determinada realidad, la cual pone en evidencia que

ciertos recursos y/o estrategias son utilizados por la empresa, y que le generan una gran ventaja competitiva, la cual se traduce en fuertes utilidades o potencializar el flujo de efectivo o bien constituirse como un factor de producción y de cambio dentro de la empresa.

El segundo factor que aparece es el de la gestión de este tipo de recurso ya identificado como un activo dentro de la organización. Una vez se estructura una manera de racionalizar y usar convenientemente este recurso aparece la necesidad de producir información pertinente, oportuna y útil a partir de este tipo de activo, lo que requiere la intervención de la contabilidad como sistema de información y de comunicación capaz de proveerla.

5.3.2 La Medición.

Todo lo anterior conlleva a producir información que no siempre se puede suministrar en términos monetarios, lo que nos hace pensar en la necesidad de calcular otro tipo de información que sea capaz de traducirnos esa realidad pero expresado en cantidades y cualidades muy diversas, entre otras: Los indicadores, los por ciento, las cifras absolutas no monetarias, los índices; así también como formas discursivas que nos hablen de los resultados de dicha gestión en la empresa.

De todas maneras, tanto las formas monetarias como las no monetarias son contributivas a una buena medición tan necesaria para una buena información. Al menos, así nos los hace saber Clark C. Abt. En su libro Auditoría Social para la Gerencia (p223): “¿Por qué cuantificar? ¿Por qué, tarde o temprano, se verán obligadas las gerencias a cuantificar? Porque sin la cuantificación no hay bases

para comparaciones exactas entre programas, años de desempeño u organizaciones. Sin la cuantificación, los gerentes, inversionistas, votantes y empleados, no pueden tomar decisiones inteligentes y fundamentadas. Sin la cuantificación es difícil impedir que las organizaciones tomen declaraciones engañosas, enumerando muchas pequeñas virtudes para obscurecer vicios enormes. Sin la cuantificación la defensa de las corporaciones contra acusaciones de no contribuir a la sociedad puede carecer de sentido persuasivo. Sin la cuantificación las aseveraciones de los reformadores sociales en el sentido de que algunas empresas están consumiendo más bienes públicos de los que producen, pueden pasar sin prueba alguna. Sin la cuantificación no habrá base de datos para estimular y respaldar la investigación y, sin investigación, el progreso es lento”.

5.3.3 El registro.

Una vez identificado plenamente si se trata de un activo, de un pasivo o de un capital ,etc. de la empresa, y de que existen algunas formas de medirlo, surgen algunos otros interrogantes, tales como: cual deberán ser las cuentas a utilizar, los débitos y los créditos con el fin de incorporarlos al sistema de cuentas de la empresa, o si por el contrario su forma de registro debe hacerse de manera estadística o bien utilizando un sistema de indicadores u cualquier otra forma que pueda hacer unos registros que le permita utilizar esa información en la producción de informes.

5.3.4 La Revelación.

Surge en esta etapa interrogantes como: de qué manera debemos presentar los informes, bien como estados financieros

tradicionales como el balance, el estado de resultado o el flujo de efectivo o como notas a dichos estados financieros; o a través de ciertos otros informes no convencionales de tipo específico; o en un sistema basado en índices e indicadores, con miras a presentar a la administración una información útil base para la toma de decisiones inteligentes.

5.3.5 La comunicación.

Finalmente, esto de la comunicación tiene que ver con los medios para socializar, es decir difundir y hacer conocer tanto al interior (administradores, gerentes, directivos, personal en general, etc.) como al exterior (clientes, propietarios, proveedores, bancos, organismos de vigilancia y control, etc.) de la empresa. Los medios, hoy múltiples, van desde el uso del tradicional papel hasta la Internet, pasando por el video en Power Point y en VHS, textos animados, la radio, la televisión, la prensa escrita, etc..

6. COMO MIDE LA CONTABILIDAD AL CAPITAL INTELECTUAL.

Como lo expusimos anteriormente, la contabilidad tradicional, conocida también como *Paradigma de La Ganancia Líquida Realizada* ha ignorado hasta ahora este valioso recurso llamado Capital Intelectual y por lo tanto ha sido incapaz de medir y revelar en sus estados financieros este tipo de información, tan necesaria para apoyar la gestión de este tipo de activo intangible. No es sino leer el siguiente texto:

”IAS 38 como respuesta de la contabilidad financiera a la medición del capital intelectual.

La norma internacional de contabilidad 38 define los activos intangibles susceptibles de ser valorados e incluidos en la contabilidad; para el efecto define un activo intangible como: "es un activo no monetario identificable, carente de sustancia física, poseído para uso en la producción o suministro de bienes o servicios, para alquilar a otros o para propósitos administrativos.

Un activo es un recurso:

- a. Controlado por una empresa como resultado de eventos pasados
- b. Por el cual se espera que fluyan beneficios económicos futuros para una empresa. Una limitante importante de IAS 38 es que bajo el modelo tradicional de contabilidad, se reconoce un activo intangible si:

- Los beneficios económicos futuros sean atribuibles al activo que fluirá para la empresa.
- Se puede medir confiablemente el costo del activo.

Bajo este criterio, se continúa con las restricciones del modelo tradicional de contabilidad, es decir no sería viable medir aspectos como:

- Marcas
- Fidelidad de los clientes y relaciones establecidas.
- El Good Will (cuando no ha sido adquirido directamente por la empresa).
- El conocimiento acumulado en las personas. Etc.

Es un modelo limitado, que se fundamenta en los modelos de valoración de costo histórico.” (6)

La IFAC (Federación Internacional de Contadores) señala que el capital intelectual es un concepto relativamente nuevo y enigmático, que se refiere

básicamente a los activos intangibles y altamente transformables de la empresa y reconoce que el balance de la contabilidad actual no recoge adecuadamente su valor, para lo cual requerirá la invención de nuevos conceptos y prácticas. (IFAC / FMAC, 1998).

Como quedó dicho también, existe otro enfoque de la contabilidad técnica que va más allá de la contabilidad tradicional. Nos referimos al llamado paradigma de *La Utilidad de la Información*, que tiene como objetivo fundamental apoyar la toma de decisiones y por lo tanto produce información para fines internos exclusivamente. En este modelo, es susceptible de producir una serie de herramientas como la que requiere la Gerencia del Conocimiento, para medir y revelar esta información, como los diseñados en la R.G Barry de Norteamérica (1968) y la Cía. de Seguros Skandia de Suecia, entre otras. (1995)

Mis reflexiones sobre el particular, me dictan lo siguiente: existen, al menos tres formas de poseer activos intangibles (Conocimiento organizacional, en este caso) por parte de una empresa: comprándolo, fabricándolo o arrendándolo. Esta última modalidad es la que se da cuando la empresa contrata a una persona como empleado o bien a través de un contrato de servicios.

Conocimiento	<i>Costo</i>	<i>Precio</i>	<i>Valor</i>
Comprado	X	X	X
Fabricado	X	X	X
Arrendado	X	X	X

Cuando una empresa compra o fabrica un conocimiento que puede tener la forma de un software, una patente, una marca de fábrica, un derecho de autor, etc. la

situación es muy fácil. En el caso de la compra existe una factura que muestra el costo de adquisición y en el caso de la fabricación hay una serie de costos vinculados, relacionados con dicho recurso en construcción y se procede similar a como se procede con la construcción de un activo tangible.

La dificultad estriba cuando se arrienda este conocimiento que si bien lo podemos identificar como un activo de la empresa, este no es de su propiedad.

Mi propuesta de medición es la siguiente. Utilizaremos la siguiente fórmula matemática:

$$C = D * N$$

Donde **C**, es el costo del activo intangible a medir (en este caso conocimiento); **D**, es la depreciación o agotamiento, como se le quiera llamar, del conocimiento respectivo. (En este caso es lo que se le paga por salario u honorarios al funcionario que arrienda su conocimiento **N**, es el número de años o periodo en el cual este conocimiento se agotara.

Como ven, es la misma fórmula para calcular la depreciación de un activo cualquiera en la contabilidad tradicional, sólo que hemos despejado a **C** en dicha ecuación:

$$D = \frac{C}{N}$$

Notas:

(0) Patricia Ordóñez de Pablos: "Importancia estratégica de la medición del capital intelectual en las organizaciones"

(1) Leif Edvinsson, Michael S Malone: "El Capital Intelectual"

(1^a) R. Lee Brumment, Eric G Flamholtz y William C. Pyle: "Medición de los Recursos Humanos: un desafío para los Contadores". En "Contabilidad y el Comportamiento Humano" de Bruns de Coster. Ed. Trillas, 1^a edición México, año de 1975.

(2) Ibídem pág. 5 y 6

(3) Revista Semana, Artículo: "La Nueva Contabilidad", abril 24 de 2000 pág. 50.

(4) y (5) Ibídem. Pág. 51

(6) Cómo medir el Capital Intelectual, en: http://www.wikilearning.com/monografia/el_capital_intelectual-como_medir_el_capital_intelectual/12226-6

7. GLOSARIO

ACTIVOS

Son todos aquellos recursos vinculados productivamente a la empresa y con capacidad de servicios para varios períodos contables o fiscales y cuyo costo tiene alguna materialidad.

ACTIVOS INTANGIBLES

La norma internacional de contabilidad 38 define los activos intangibles susceptibles de ser valorados e incluidos en la contabilidad; para el efecto define un activo intangible como: "es un activo no monetario identificable, carente de sustancia física, poseído para uso en la producción o suministro de bienes o servicios, para alquilar a otros o para propósitos administrativos

BUSINESS INTELLIGENCE

"Se refiere al proceso de convertir datos en conocimiento y conocimiento en acciones para crear la ventaja competitiva del negocio. Es una actividad de usuario final, que es facilitada por varias

aplicaciones y herramientas analíticas y cooperativas, tal como una infraestructura de Data Warehousing. Agrupa todos los tipos de datos jerárquicos relacionales, textos, espaciales, audio, video, etc.”. (The Data Warehousing Institute.)

CAPITAL.

Recurso financiero de los que dispone la empresa a largo plazo. Cualquier fuente productora de renta. Fondos aportados por los socios a una sociedad.

CAPITAL INTELECTUAL

Para la empresa sueca Skandia (pionera en el desarrollo de herramientas de medición de los activos intangibles) el capital intelectual es "la posesión de conocimientos, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con clientes y destrezas profesionales que dan a Skandia una ventaja competitiva en el mercado".

“es el conjunto de aportaciones no materiales que en la denominada era de la información se consideran, según Annie Brooking¹, como el «principal activo de las empresas del tercer milenio».

En palabras de Thomas Stewart², el «capital intelectual es material intelectual —conocimiento, información, propiedad intelectual, experiencia— que se puede aprovechar para crear riqueza. Es fuerza cerebral colectiva. Es difícil de identificar y aún más de distribuir eficazmente. Pero quien lo encuentra y lo explota, triunfa».

CAPITAL ESTRUCTURAL

Los equipos, programas, base de datos, estructura organizacional, patentes, marcas de fábrica y todo lo demás que sostiene la productividad de los empleados. Incluye el capital clientela. A diferencia del Capital Humano, el

estructural sí puede ser de propiedad de la empresa y por tanto se puede negociar.

“Es el Know how de la organización materializado en su forma de hacer las cosas, su vinculación con el entorno y su capacidad para producir innovaciones”.

“Es el conocimiento que la organización consigue explicitar, sistematizar e internalizar y que en un principio puede estar latente en las personas y equipos de la empresa. Quedan incluidos todos aquellos conocimientos estructurados de los que depende la eficacia y eficiencia interna de la empresa: los sistemas de información y comunicación, la tecnología disponible, los procesos de trabajo, las patentes, los sistemas de gestión. El Capital Estructural es propiedad de la empresa, queda en la organización cuando sus personas la abandonan. Un sólido Capital Estructural facilita una mejora en el flujo de conocimiento e implica una mejora en la eficacia de la organización.

CAPITAL HUMANO

Se refiere al conocimiento (explícito o tácito) útil para la Empresa que poseen las personas y equipos de la misma, así como su capacidad para regenerarlo; es decir su capacidad de aprender. El capital humano es la base de la generación de los otros dos tipos de Capital Intelectual, una forma sencilla de distinguir el Capital Humano es que la empresa no lo posee, no lo puede comprar, sólo arrendarlo durante un período de tiempo.

“Se refiere al conocimiento implícito o tácito útil para la empresa que poseen las personas y equipos de las mismas, así como su capacidad para regenerarlo; es decir, su capacidad de aprender. El capital humano es la base de la generación de los otros dos tipos de capital intelectual. Una

forma sencilla de distinguir el Capital Humano es que la empresa no lo posee, no lo puede comprar, solo **ALQUILARLO** durante un período de tiempo”.

CAPITAL RELACIONAL

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

CONOCIMIENTO

“El conocimiento consiste en verdades lógicas y creencias, perspectivas y conceptos, juicios y expectativas, metodologías y know how (Zorrilla, 1997.p1)

El conocimiento es un conjunto de enunciados interpretativos, con capacidad de explicación causal y correlacional de una determinada realidad, así como una gran capacidad para generar cambios y crear Know how, todo lo cual requiere de verificación. (Jack Araujo)

CONOCIMIENTO EXPLICITO

“Este Conocimiento incluye documentos, bases de datos y otros tipos de información almacenada en un contexto para apoyar la toma de decisiones apropiada. El principal reto en el manejo de este conocimiento es manejar su volumen para asegurar su relevancia”.

CONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL

“Competencia sistematizada, combinada con los sistemas que permiten potenciar

la fortaleza innovadora de la Empresa y la capacidad de la organización para crear valor. Está integrado por el proceso, la cultura y le capital de innovación.”.

CONOCIMIENTO TACITO

“Las acciones, experiencias, ideales, valores y emociones de un individuo constituyen su conocimiento tácito. Este tiende a ser altamente personal y difícil de comunicar. El principal reto es el manejo de este conocimiento es encontrar una forma de hacerlo comunicable y distribuible.”

GESTION DEL CONOCIMIENTO

“Knowledge Management (Administración del Conocimiento) es una disciplina que plantea una propuesta conjunta e integrada con respecto al proceso de creación, almacenamiento, organización, acceso y uso de activos de información. Los activos de información incluyen bases de datos, documentos y principalmente, la experiencia no almacenada y tacita residente en los trabajadores individuales”. (Gartner Group)

“La clave de esta definición es identificar la Administración del Conocimiento como una **cultura**, no asociada a un tipo de tecnología en particular, sino a una actitud de una organización donde se adquiere, deriva, construye y, sobre todo, **comparte conocimiento**”.

“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 (en el menor espacio de tiempo posible), con el objetivo final de generar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo.

La gestión del conocimiento es un proceso organizativo integrado básicamente por las siguientes etapas: creación o generación de conocimiento, estructuración y aportación de valor a ese saber, transformación y transferencia de conocimiento, y finalmente, el almacenamiento y reutilización de información

El modelo de administración del conocimiento del Dr. Germerad plantea que éste tiene tres elementos:

El contenido, 2) La comunidad y 3) La base de datos que se maneja. Estos tres elementos interactúan y al mezclarse surge la administración del conocimiento.

La administración del conocimiento se enfoca a involucrar las actitudes de la gente que al combinarse con sus conductas de trabajo den como resultado una cultura de colaboración dentro de la organización; es decir, que se compartan las ideas, el conocimiento y el trabajo.

Para favorecer lo anterior, también es útil que cuando alguien tenga una pregunta, se pase a la comunidad como en un foro electrónico, que muchos piensen en las preguntas de los demás, la información se mueve muy rápido y se puede obtener una respuesta que sea una solución muy buena.

Si se maneja adecuadamente el capital intelectual, puede ser convertido en ganancias. Se ha dicho que el valor más alto en una corporación se encuentra en la creación y en la extracción del proceso de trabajo y como ya se ha dicho anteriormente, esto es lo que constituye el capital intelectual, que se encuentra en el capital humano.

GOOD WILL

Valor adicional pagado en la compra de una empresa sobre su valor en libros, o sobre su valor calculado o convenido, de todos los activos netos comprados; puede ser determinado mediante avalúo, costo en el que debe registrarse como partida en el superávit.

KNOW HOW

Es el conocimiento acumulado, una forma de trabajar y procedimientos propios. Es uno de los componentes del fondo de comercio, bien conocido por la contabilidad tradicional, que en las empresas privadas surge cuando hay una adquisición.

El Know How es una expresión inglesa utilizada para referirse al conjunto de conocimiento de tipo organizativo, productivo o tecnológico que poseen ciertas personas físicas o jurídicas y que son necesarios para la producción de determinados bienes o la presentación de ciertos servicios. Esta clase de conocimientos, que generalmente son el resultado de la experiencia acumulada o la investigación propia, se suelen guardar en secreto y protegidos por el derecho de propiedad industrial, siendo la cesión de los mismo objeto de contraprestación.

MARCA

Símbolo o signo material representativo de una industria, empresa o producto que sirve para diferenciarlo de los demás de iguales o similares características. Signo o medio que sirve para distinguir en el mercado productos o servicios de una persona o empresa, de productos idénticos o similares de otros productores.

PATENTE

Título expedido por el Estado que otorga el derecho exclusivo a poner en práctica una determinada invención de un

producto o de un procedimiento, utilizando para ello el objeto patentado; este título se da por un determinado período. El derecho de patente pertenece al inventor o a su causa habiente y se puede transmitir por todos los medios admitidos en derecho.

8. BIBLIOGRAFÍA

Araujo, E Jack: “Conocimiento Contable Vs Información Contable”, en revista “Encuentro Bolivariano”, año3. No4, Oct.-Dic. 2001 pág. 93 y ss.

Araujo, E Jack: “Una Nueva Ecuación para la Contabilidad”, en revista: “Investigación Contable”. Órgano informativo del CELIEC, No 3. Enero-Marzo de 1987, pág. 4 y ss.

Araujo, E Jack: “La Contabilidad Social”, Ed. Tiempo Gráfico. 3ª Edición. Medellín Colombia, año de 2002

Leif Edvinsson Michael S Malone: “El Capital Intelectual”, Ed. Norma, Bogotá, Colombia, 1ª Ed. 1997

Mantilla, Samuel Alberto: “Capital Intelectual & Contabilidad del Conocimiento”

SERRANO, C. Y Chaparro, F (1999): “Los Activos Intangibles de las Empresas, más allá de las normas contables”

SERRANO Carlos, profesor de la Universidad de Zaragoza (España), “Los Activos Intangibles en la Contabilidad: Medición y Valoración”- Internet.

Sveiby, Karl Erick: “El Capital Intelectual. La Nueva riqueza de las empresas. Como medir y gestionar los activos intangibles para crear valor”.

URISTA Andrés, Tendencias en la Administración del Capital Intelectual, Sept.4/1998 – Internet.

WEB SITES:

www.apqc.org

www.brint.com/km

www.ciberconta.unizar.es/LECCION/INFORMA/

www.entovation.com/kleadmap/index.htm

www.entovation.com

www.gestiondelconocimiento.com

www.intcap.com

<http://www.infonomia.com/extranet/archivo>

www.kmworld.com

www.mint.mcmaster.ca

www.orbita.starmedia.com/~jacoaraujo1/index.html

www.portaldelconocimiento.com

www.sveiby.com.au

www.skandia.se