

Medición, gestión e información de intangibles: lo más nuevo¹

LEANDRO CAÑIBANO (Universidad Autónoma de Madrid)
M. PALOMA SÁNCHEZ (Universidad Autónoma de Madrid)

Resumen

Este trabajo intenta actualizar el artículo «*Accounting for Intangibles: A literature review*» (Contabilidad de los intangibles: revisión de la literatura) aparecido en el *Journal of Accounting Literature*, 2000, volumen 19, mediante el análisis de casos de empresas y trabajos de investigación presentados en la conferencia internacional «La empresa transparente: el valor de los intangibles» realizada en Madrid en noviembre de 2002.

El trabajo repasa los problemas conceptuales y la evidencia teórica y empírica en relación a las siguientes cuestiones: gestión y medición de intangibles y capital intelectual; divulgación, información y mercados de capitales. Discutimos cómo se pueden aplicar estas cuestiones, no sólo a las empresas sino también a las instituciones de educación superior e investigación. Junto con una serie de trabajos de investigación también se repasan casos de empresas.

Se tiene en cuenta el punto de vista de diferentes partes interesadas (creadores de políticas, analistas financieros, entidades reguladoras, etc.) en la mayoría de las secciones del trabajo. Por último, se aportan sugerencias para futuras investigaciones.

Palabras clave

Intangibles; Capital Intelectual; Gestión del Conocimiento.

1. Introducción

Los intangibles y el capital intelectual se han convertido en cuestiones de gran importancia no sólo para los académicos universitarios sino también para directivos empresariales, inversores y otras partes interesadas, analistas de inversiones y créditos, así como creadores de políticas. Se trata de un área de investigación que está produciendo una creciente cantidad de publicaciones, aunque ni los antecedentes teóricos ni la evidencia empírica bastan para ayudar a las empresas, partes interesadas en general y a los creadores de políticas en particular, en la toma de decisiones.

La revisión que hace este trabajo de las últimas investigaciones y estudios de casos tratará de mostrar los aspectos más destacados de nuestro actual conocimiento del capital intelectual y de sugerir algunas direcciones para el futuro, tanto en la práctica como en la investigación de los determinantes intangibles del valor de las empresas.

El resto del trabajo está estructurado de la manera siguiente. La sección 2 proporciona un breve resumen del conocimiento más común y extendido sobre los intangibles y el capital intelectual. La sección 3 menciona algunos de los principales proyectos de investigación realizados por importantes grupos investigadores en Europa y presta especial atención a los últimos descubrimientos sobre intangibles y capital intelectual, agrupando la discusión del siguiente modo: gestión y medición; divulgación, información y mercados de capitales; el capital intelectual en instituciones de educación superior e investigación. La sección 4 describe una serie de estudios de casos de empresas y por último, la sección 5 resume los principales descubrimientos, destaca algunos mensajes de política y mira hacia el futuro sugiriendo áreas donde se necesitan investigaciones adicionales y nuevos esfuerzos en política.

2. Lo que se entiende comúnmente por intangibles y capital intelectual²

Muchos países en el mundo y en particular los pertenecientes a la Unión Europea están cada vez más preocupados por su capacidad de innovación y su potencial para transformar dicha innovación en una mayor competitividad y un mayor crecimiento. Muchas de las discusiones realizadas y decisiones tomadas por las instituciones europeas durante

los dos últimos años han contemplado estas preocupaciones. Como ejemplo de esto, un objetivo importante se estableció en junio de 2002: la inversión en investigación y desarrollo tecnológico debería llegar al 3% del PIB en 2010. Este objetivo significa, en promedio, duplicar el actual esfuerzo en I+D al tiempo de asegurar que nuevas empresas se verán implicadas en el esfuerzo investigador.

En la última década hemos sido testigos de cambios importantes en lo que llamamos los «sistemas nacionales de innovación». Lentamente está emergiendo un nuevo sistema que está lejos de ser estable y sus características dependerán mucho de la evolución de las políticas públicas. Estos cambios se refieren a los siguientes aspectos:

A) La globalización de grandes empresas implica el replanteamiento del espacio en el que definen, dan forma y organizan sus esfuerzos de investigación, desarrollo e innovación. Al mismo tiempo, el papel de las PYMES en el desarrollo local y el empleo ha aumentado y se sigue fomentando. Esto requiere nuevas y más sofisticadas acciones políticas que estimulen la investigación y la innovación.

B) Está emergiendo una sociedad más exigente, lo que significa que hay una creciente necesidad de ponerse de acuerdo sobre las prioridades en la investigación y sobre los campos que no se deben explorar. Además, la gente pide políticas «basadas en la evidencia», o sea, políticas cuyo origen está en las experiencias prácticas. La sociedad también exige más responsabilidad, tanto en el sector privado como en el público. Quienes toman las decisiones serán más responsables ante sus constituyentes.

C) El conocimiento es el principal impulsor del crecimiento. La expresión «economía basada en el conocimiento» ya es universal. Muchos otros productores de conocimientos se han incorporado a las fuentes tradicionales (las universidades y los laboratorios públicos): empresas, consultorías y asociaciones empresariales por mencionar sólo algunos. Aun así, seguimos sabiendo muy poco sobre la función de producción de conocimientos. ¿Cómo es? ¿Quién está haciendo qué? ¿Cómo se mide?

D) La mayoría de empresas e instituciones innovadoras hacen un uso intensivo del conocimiento. Por consiguiente, comprender cómo se produce y difunde el conocimiento en el sistema económico es una necesidad para aumentar la capacidad innovadora de la economía. Necesitamos saber más sobre «la producción, uso y difusión del conocimiento» y esto es claramente de lo que trata el capital intelectual.

Sin embargo, la falta de información disponible sobre el capital intelectual obstaculiza el diseño e implementación de políticas públicas efectivas dirigidas a mejorar la competitividad y a aumentar la eficacia de los mercados financieros, de productos y servicios.

El debate sobre intangibles y capital intelectual (CI) (como muchos otros investigadores, nosotros también usaremos ambos términos como sinónimos) ha tenido un desarrollo teórico y empírico en los últimos veinte años. Entre los logros de las últimas investigaciones sobre intangibles está el amplio consenso alcanzado sobre su definición y el desarrollo de una serie de clasificaciones que han demostrado ser útiles en diferentes contextos. La clasificación usada más corrientemente distingue entre capital humano, estructural y relacional. También es significativa la mejora de nuestra comprensión sobre la naturaleza económica de los intangibles. De todos modos, la pregunta crítica que subyace en el estudio de los intangibles es si son relevantes o no y una vez demostrado que lo son, por qué y para qué son relevantes.

Otros usos relacionados con el CI han alcanzado un amplio consenso tanto dentro del mundo académico como en la industria. Los siguientes son los más importantes en nuestra opinión:

- La información proporcionada por los tradicionales informes financieros no satisface las necesidades de las distintas partes interesadas.
- La existencia de una relación positiva entre inversiones en intangibles y futuras ganancias y el valor de las empresas se ha documentado. Los investigadores también han identificado una serie de problemas aparecidos como resultado de la falta de información públicamente disponibles sobre intangibles (por ejemplo, altas volatilidades, mayor coste de capital y tipos de interés más altos).
- Debido a las mayores asimetrías de información en las empresas que hacen un uso intensivo de los intangibles, hay un riesgo más alto a que el comportamiento oportunista de los directivos de lugar a significativas ganancias por uso de información privilegiada y a una mala gestión de los beneficios.
- La falta de información sobre intangibles puede desembocar en una infravaloración de las empresas, aumentar la incertidumbre y provocar errores más grandes en las previsiones de beneficios que hacen los analistas.

- Una gestión empresarial de éxito requiere que los intangibles se identifiquen, midan y controlen. El estudio de casos nos ha ayudado a comprender cómo se produce y usa el conocimiento dentro de las empresas y ha demostrado claramente que los intangibles son la principal fuente de ventaja competitiva en las empresas modernas.

Lamentablemente, todos estos riesgos, problemas y daños potenciales se han convertido en realidad en los últimos años causando enormes pérdidas a los inversores, no sólo por el comportamiento falto de ética de los analistas financieros, directivos y auditores, sino también por la ambición desmesurada de la mayoría de participantes en el mercado que buscan grandes rentabilidades a muy corto plazo.

Las empresas actualmente divulgan crecientes cantidades de información voluntaria sobre sus intangibles. No les preocupa sólo lo que las normas contables requieren actualmente, sino también lo que requerirán en el futuro. Necesitan comunicarse con las partes interesadas, ser transparentes y dignas de confianza; están convencidas que la divulgación compensa. Esa necesidad es particularmente imperativa hoy en día debida a la poca confianza que los inversores parecen tener en la fiabilidad de la información financiera y en el funcionamiento de los mercados financieros después de la explosión de la burbuja de la nueva economía.

A pesar de todo lo dicho, buena parte de la información contenida en los tradicionales sistemas de información sigue siendo pertinente y en todo caso los costes asociados a un cambio radical en el sistema contable son demasiado altos. Por lo tanto, con el fin de obtener una mejor información financiera de las empresas, el único camino es fomentar la divulgación voluntaria al mismo tiempo que se intentan desarrollar nuevos principios contables pertenecientes a los intangibles (Bergamini y Zambon, 2002).

En el campo político, algunos puntos adicionales merecen nuestra atención. Son los siguientes:

1. En la mayoría de documentos de la Unión Europea y la OCDE, hay una asociación implícita que los intangibles a nivel de empresa son lo mismo que I+D y patentes. Los documentos de la OCDE, al tratar temas macroeconómicos, también añaden inversiones en programas informáticos y de educación. Sin embargo, la evidencia demuestra que los intangibles y el capital intelectual son mucho más que I+D y patentes. La razón de esa asociación implícita es que se trata de aspectos relativa-

mente fáciles de medir. Hace décadas que se miden, pero la cuestión es que no se trata de medir lo que se puede medir, sino lo que necesitamos medir. Como resultado, la identificación de los intangibles relevantes se convierte en una cuestión clave. Medir porque sí no tiene ningún valor, una gran cantidad de indicadores puede ser una carga para una empresa.

2. Hay una creciente necesidad de proporcionar más vínculos y conexiones entre todas las partes interesadas en esta amplia cuestión: empresas, asociaciones empresariales, analistas financieros, organismos que establecen normas contables, creadores de políticas e investigadores deberían trabajar conjuntamente.

3. Se necesitan mercados financieros de apoyo que proporcionen financiación suficiente a la investigación y a las actividades innovadoras. Pero los mercados financieros tienen mucha necesidad de un conjunto de principios e indicadores coherentes, acordados, homogéneos, fiables y verificables de los intangibles y el capital intelectual que les permita valorar mejor los negocios nuevos e innovadores, disminuir el coste de capital de estas empresas y reducir la volatilidad del mercado.

4. La cuestión del capital intelectual es un área verdaderamente horizontal que afecta a muchos sectores, empresas de todos los tamaños y muchas instituciones de naturaleza muy distinta. Es exactamente el tipo de cuestión que requiere colaboración internacional. También es un área donde los enfoques nacionales son inútiles: las guías, las reglas y los procedimientos tienen que ser verdaderamente internacionales para que funcionen.

Siguiendo el camino establecido por la OCDE y la Unión Europea en varias reuniones previas, la red temática E*Know-net sobre intangibles organizó en Madrid la conferencia internacional titulada «La empresa transparente. El valor de los intangibles», con el fin de servir de plataforma de intercambio donde distintas personas interesadas en los intangibles se pudieran reunir: directivos de empresas, consultores, autoridades gubernamentales, oficiales de la OCDE y la Comisión Europea, entidades profesionales y académicas. Durante dos días se presentaron y discutieron proyectos de investigación sobre intangibles, estudios de casos institucionales y empresariales y trabajos de investigación. Las principales ideas surgidas serán objeto de discusión en las secciones siguientes.

3. Investigaciones sobre intangibles y capital intelectual

3.1. Algunos proyectos de investigación en marcha

El creciente interés por esta cuestión queda reflejado en la importancia, en términos de la aportación de dinero para la investigación, dada por la OCDE y la Comisión Europea. En la actualidad hay varios proyectos en marcha que cuentan con su apoyo, entre los que destacan los siguientes:

a) MERITUM y E*KNOW-NET

MERITUM (*MEasuRing Intangibles To Understand and improve innovation Management* – medición de intangibles para comprender y mejorar la gestión innovadora) fue un proyecto realizado por instituciones investigadoras de 6 países europeos (España como país coordinador, Francia, Noruega, Suecia, Finlandia y Dinamarca), financiado por la Comisión Europea. Más de 40 investigadores de dichas instituciones participaron en el proyecto de investigación que produjo 126 artículos y trabajos a lo largo de dicho proyecto (desde octubre de 1998 hasta abril de 2001). Un resultado destacado de este proyecto fue un conjunto de guías para que las empresas gestionen e informen sobre intangibles (MERITUM, 2002). La posterior revisión y difusión de las guías la realizó una red temática llamada E*KNOW-NET³ (*A European Research Arena on Intangibles*) también financiada por la Comisión Europea. Esta red ha estado en activo desde septiembre de 2001 hasta septiembre de 2003 y uno de sus principales logros ha sido la creación de una red virtual mundial en la que productores y usuarios de información y conocimientos sobre intangibles y capital intelectual pueden encontrarse: www.eu-know.net

b) La guía danesa para informar sobre capital intelectual

La primera versión de la guía danesa se publicó en el año 2000 y una versión revisada en el 2003. Fue el resultado de un proyecto conjunto de varias instituciones danesas financiado por la Agencia Danesa de Comercio e Industria (Ministerio de Comercio e Industria). Describe cómo preparar una «Declaración de capital intelectual» en la práctica,

en base a la experiencia de más de 100 empresas danesas. La guía incluye ejemplos completos de las declaraciones de capital intelectual preparadas por estas empresas. Remarca que la declaración de capital intelectual forma parte integral de trabajar en la gestión del conocimiento dentro de una empresa.

c) Otros proyectos adicionales son:

1) Un estudio sobre *Measurement of Intangibles and reporting practices* (medición de intangibles y prácticas informativas) financiado por el Directorio General de Empresas de la Comisión Europea en 2001 y asignado a un consorcio de universidades encabezado por la Universidad de Ferrara. Su principal objetivo es relacionar las prácticas informativas y cuestiones sobre intangibles con la visión de los principales implicados en la creación de políticas a nivel nacional, europeo e internacional (Zambon, 2002).

2) Un proyecto llamado PRISM, lanzado en octubre de 2001, también financiado por la Comisión Europea, con una fuerte perspectiva de la industria y el mercado, centrado en la nueva teoría de la empresa y en cuestiones relacionadas con la medición (Eustace, 2002).

3) Y por último un estudio, financiado por la OCDE, basado en una investigación realizada en cuatro países piloto, Canadá, Alemania, Dinamarca y Francia, dirigido por Dominique Foray (2002) cuyo objetivo es proporcionar información estadística sobre el alcance de las prácticas directivas del conocimiento en empresas del sector privado.

3.2. Últimos descubrimientos sobre intangibles y capital intelectual

Esta sección intenta presentar las principales líneas de la investigación actual y sus resultados más importantes. Los temas tratados son los siguientes: gestión y medición; divulgación, información y mercados de capitales; y capital intelectual en instituciones de educación superior e investigación.

3.2.1. Gestión y medición

Como punto de partida se puede mencionar un alto grado de consenso alrededor de algunos aspectos conceptuales, por ejemplo la definición de intangibles y capital intelectual, así como sus componentes (capital humano, estructural y relacional). También está claro que el capital intelectual tiene que ser gestionado adecuadamente, dado que es un aspecto fundamental en la creación de valor. Los directivos se encuentran en una situación que está lejos de ser buena si no son capaces de identificar y dirigir sus principales activos hacia objetivos o de medirlos sistemáticamente. Si el CI y los activos intangibles son los factores de producción del futuro (en oposición al capital físico y la mano de obra) es un problema que ninguna de estas medidas se tenga en cuenta en las estadísticas de producción que miden la eficacia de los factores de producción (Andersen y Striukova, 2002).

También hay un acuerdo bastante general de que existen varios antecedentes teóricos que influyen en el análisis de los intangibles y el capital intelectual. Contabilidad, gestión, comercialización, economía institucional y de evolución, son campos relacionados con los intangibles. De todos modos, los antecedentes más comunes que se citan son la teoría basada en los recursos (Barney, 1991, 1999; Grant, 1991, 1998; Teece, D.J., Pisano G. y Shuen A., 1997) y el punto de vista basado en la actividad (Porter, 1985, 1996)⁴. El punto de vista basado en el conocimiento, también mencionado, se considera una extensión de la visión basada en los recursos /Yli-Renko *et al.*, 2001).⁵

Las principales cuestiones contenidas en los trabajos relacionados con la gestión y medición de intangibles se pueden agrupar en las líneas siguientes.

3.2.1.1. La dinámica de los intangibles y el capital intelectual

Como queda dicho, hay una preocupación compartida por la falta de consideración de los intangibles y el capital intelectual desde un punto de vista dinámico. Se dice que la dinámica de los intangibles tampoco es considerada por las publicaciones teóricas o empíricas.

O sea que lo que se pide es que los marcos conceptuales a desarrollar visualicen lo que las empresas hacen con sus conocimientos, en lugar de medirlos (Breuning y Skaret, 2002 y Bygdas *et al.*, 2002). Esto significa

centrarse en los cambios relacionados con la combinación de actividades, o como lo expresa Roberts (2000) con conectividad entre los diferentes recursos y actividades. Palabras como conectividad, comunicación e interacción deberían estar por lo tanto en el núcleo del análisis.

El tema de la conectividad también lo presenta Skoog (2002), quien amplía las ideas de Roberts (2000) y mediante el estudio de un caso basado en un banco, añade regularidad y estabilidad como aspectos que deben estar presentes en el proceso de control de gestión. A este respecto, la conectividad tiene que ver con la visualización de una posible relación causa-efecto dentro de una empresa; la regularidad tiene que ver con la frecuencia en producir mediciones e informes y la estabilidad se refiere a los vínculos necesarios entre las experiencias pasadas y presentes para informar a las futuras acciones.

En relación a los recursos, Stahle *et al.* (2002) dicen que a una empresa puede seguir faltándole capital intelectual si su capacidad para integrar el conocimiento subjetivo en el sistema de conocimientos intra-subjetivos es pobre, con independencia del nivel de educación y competencia del personal. Igualmente, no importa cuánto capital financiero se gaste en sistemas de información y redes de comunicación, estos sistemas de poco servirán para ilustrar la capacidad de la empresa para renovarse y por consiguiente, para indicar el futuro potencial de la empresa, si el conocimiento no circula via estos sistemas de forma que apoye satisfactoriamente la estrategia de la empresa.

Catasus y Gröjer (2002) sostienen una posición parecida indicando que la medición de intangibles debe ir ligada a acciones y que es la relación entre ambas cosas lo que requiere más análisis. Esto significa que la disponibilidad de recursos no garantiza la efectividad de su uso. En una posición concordante, nuestro argumento es que una empresa interesada en medir lo que tiene está demostrando que tal cosa le preocupa y, por consiguiente, realizará acciones destinadas a realzar y usar mejor sus recursos. Queda bien establecido en el proyecto MERITUM que «la medición sin gestión» es inútil (MERITUM, 2002).

Stahle *et al.* (2002) también sostienen que cuando tomamos la dinámica en consideración, estamos obligados a adoptar un sistema de perspectiva, considerando cómo se organiza la empresa y evoluciona como un todo. Se necesita entonces una visión holística. En el trabajo de Roos *et al.* (2002) aparece asimismo la misma argumentación.

La perspectiva dinámica permitiría a las empresas priorizar mejor, algo que, como destaca Baruch Lev (2002) les ayudaría a distinguir en-

tre intangibles «buenos» y «no tan buenos». O sea que vemos que hay una coincidencia en cuanto a los problemas a atacar pero no en los modelos usados para el análisis. La descripción de los distintos trabajos presentados más arriba indica que casi todo el mundo desarrolla su propio modelo. La falta de datos comparables obviamente dificulta las cosas y obliga a los investigadores a basar sus metodologías sobre todo en estudios de casos y encuestas. Éstas se basan generalmente en datos domésticos y tienen una baja tasa de respuestas, y tanto los casos como las encuestas tienden a sufrir la influencia de los juicios de investigadores y personas consultadas, lo que hace que los resultados no sean demasiado fiables. Se necesitan esfuerzos más coherentes y conjuntos para superar estas dificultades.

3.2.1.2. Relación entre intangibles y actividad/resultados financieros

La necesidad de encontrar una relación entre el CI y las variables financieras la remarcan muchos autores. Aunque se reafirma la necesidad de seguir analizando aspectos no financieros, hay una creciente demanda de desarrollar conceptos y herramientas que nos permitan conectar conocimientos y otros recursos intangibles con los recursos financieros de forma más eficaz. Pretendemos prácticas directivas más equilibradas en términos de gestión del capital financiero y capital intelectual (Stahle *et al.*, 2002). Según Chauvel y Depres (2002), la gestión del conocimiento se enfrenta a expectativas de resultados.

A pesar de los problemas metodológicos mencionados en el punto anterior, vale la pena referirse a los resultados de algunos análisis empíricos.

Ordóñez de Pablos pone a prueba el efecto de los componentes del capital intelectual (capital humano, estructural y relacional) sobre los resultados. La investigación basa sus descubrimientos en publicaciones que sugieren que el capital intelectual impulsa la actividad empresarial especialmente aumentando los beneficios para los clientes y/o reduciendo costes (Snell y Dean, 1992; Snell, S.A., Lepak, D.P y Youndt, M.A., 1999); (Youndt y Sell, 1998). Opina que sólo el capital estructural tiene una relación positiva y significativa con la actividad empresarial.

De forma similar, Blanco *et al.* (2002) descubren que para un pequeño grupo de empresas de alta tecnología del País Vasco (España), hay una relación positiva entre los empleados de I+D y lo que se llama

«experiencia organizativa» (medida por la edad de la empresa) y crecimiento de la empresa. Se refieren a otros estudios empíricos recientes que aportan interesantes resultados con respecto a la relación entre conocimiento tecnológico y resultados empresariales (McEvily y Chakravarthy, 2002, y Peña, 2002).

Holland y Johanson (2002) estudian la información sobre intangibles proporcionada por empresas que más posibilidades tienen de interesar a los actores de los mercados de capitales. Sugieren que los analistas se preocupan por el output de las inversiones intangibles, pero no por las inversiones en sí.

Azofra *et al.* (2002) dan referencias adicionales (McDonald y Smith, 1995; Lingle y Schiemann, 1996; y Bornemann *et al.*, 1999) de estudios empíricos que establecen vínculos entre capital intelectual y resultados financieros. Este trabajo también es un intento de vincular intangibles con la creación de valor y los resultados financieros por medio del estudio de un caso.

La necesidad de investigar más a fondo las consecuencias de medir y gestionar intangibles queda bien expresada en el trabajo de Marr y Gray (2002). Siguen a Guthrie (2001) cuando dicen que tanto los investigadores como los expertos continúan desarrollando herramientas sin cuestionar la premisa que «la medición se supone que vale la pena». Creen que estas cuestiones son fundamentales mientras que las empresas comienzan a cuestionar el valor que obtienen de sus sistemas para medir el capital intelectual. Marr y Gray piensan que el campo del capital intelectual está en peligro de perder credibilidad si los investigadores no hacen más estudios que comprueben las teorías expresadas en lugar de seguir añadiendo publicaciones sobre discusiones teóricas. Están de acuerdo con Lev (2001) en que sin una investigación más rigurosa, no podremos ir más allá de simplemente suponer que medir los intangibles es algo que vale la pena.

3.2.1.3. Capital intelectual y redes

Las alianzas generalmente se consideran un intangible principal dentro del llamado capital relacional. Algunos de los trabajos presentados exploran alianzas desde distintos puntos de vista.

El trabajo ya mencionado presentado por Blanco *et al.* (2002) también trata de relacionar las alianzas con otros recursos y actividades in-

tangibles y descubre una relación positiva entre crecimiento de I+D y alianzas estratégicas para un pequeño grupo de empresas de alta tecnología.

La noción de alianzas y redes aparece en algunos trabajos relacionada con la noción de capital social. Éste es el caso de Bueno, Rodríguez y Salmador (2002), quienes, basándose en varias definiciones de capital social, realizan una encuesta sobre altos directivos de un conjunto de empresas españolas y acaban considerando que el capital social forma parte del capital relacional. Algunos conceptos y definiciones de capital social mencionados por los autores son los que proporcionan Adler y Kwon (2002), quienes dicen que el capital social da a la empresa valores como solidaridad y cooperación, especialmente cuando las interacciones fijan modelos de obligaciones y expectativas basadas en reglas de reciprocidad e igualdad; Lazerson (1995), que destaca que el capital social soluciona conflictos, mejora el consenso con las empresas de alrededor, refuerza la comprensión con la administración pública, apoya el desarrollo de la estrategia empresarial, mitiga las imperfecciones de la información en el mercado y reduce los costes de transacción; Cohen y Prusak (2001), que creen que el capital social representa el valor de las conexiones humanas basadas en la confianza y en las redes personales con vocación de comunidad, y McElroy (2001), quien ve al capital social como un componente innovador que aumenta el valor de los activos intangibles.

Taug y Roberts (2002) también se refieren a la noción de capital social. Distinguen, junto con Bourdieu (1983) entre capital económico, que se puede convertir directamente en dinero, capital cultural (cualificaciones educativas, por ejemplo) y capital social (conexiones). Los dos últimos pueden convertirse, en ciertas condiciones, en capital económico, lo que debería ser el objetivo de los directivos. Sostienen que esta conversión, y por consiguiente un efecto de creación de valor, se ve facilitada por una mayor conectividad e interrelación entre los diferentes elementos.

3.2.1.4. ¿Las diferencias culturales importan cuando se gestionan y miden intangibles?

Chaminade y Johanson (2002) tratan de contestar a esta importante pregunta. Comparan el estudio sobre control de gestión realizado du-

rante el proyecto MERITUM en España y Suecia y se dan cuenta de que las diferencias culturales inducen distintas percepciones del proceso de gestión del capital intelectual.

Siguiendo la perspectiva de Hofstede (1980, 1985 y 1991) consideran cuatro dimensiones culturales: distancia del poder, evitación de la incertidumbre, individualismo y masculinidad. La evitación de la incertidumbre está vinculada a las reglas, la estabilidad y la aversión al riesgo. Se sostiene que cuanto más se intenta evitar la incertidumbre, mayor es el temor al riesgo. O sea, evitar a toda costa la incertidumbre es una desventaja para la aparición de nuevas ideas y más aún, la puesta en marcha de innovaciones. Una de las nuevas innovaciones empresariales puede ser la introducción de un nuevo enfoque de la gestión (gestión del CI), y en línea con los resultados del estudio, será más común en países con baja evitación de incertidumbre (Suecia) que en países donde los esfuerzos por evitar la incertidumbre son mayores (España).

En cuanto a la construcción de guías de CI, aquellos países con fuerte evitación de la incertidumbre (España) pueden pedir un conjunto de guías más normativas y detalladas que incluya, por ejemplo, una lista de los indicadores a usar. Es probable que esos países busquen mayor uniformidad, tal vez a través de un marco conceptual único, que garantice la posibilidad de comparar resultados. Por el contrario, los países con una débil evitación de la incertidumbre (Suecia) se sentirían atraídos por guías que proporcionaran un marco principal mientras que simultáneamente dan flexibilidad a la empresa para las decisiones relacionadas con la forma en que miden, gestionan o dan a conocer la información sobre intangibles. Por último, es interesante destacar que, inesperadamente, los resultados no muestran ninguna diferencia aparente entre España y Suecia en la forma en que las empresas desarrollan sus sistemas de gestión del CI. La sugerencia de los autores es que cuando una empresa se reconoce e identifica como empresa que hace un uso intensivo del conocimiento, la forma en que mide, gestiona o informa sobre intangibles no se diferencia de un país a otro.

Roslander y Finchman (2002) tocan también cuestiones culturales mostrando el resultado de un estudio de campo sobre desarrollos de capital intelectual en el Reino Unido, explorando el interés de esta cuestión en un grupo de empresas. Llegan a la conclusión de que aunque el conocimiento de la teoría del capital intelectual no parece estar muy extendido en el Reino Unido, hay un cierto grado de «práctica» del capital intelectual. También encuentran más conciencia de la gestión del cono-

cimiento como concepto que del capital intelectual, expresión que a menudo se usa como sinónimo de propiedad intelectual en algunos casos y muy relacionada con recursos humanos en otras.

3.3. Divulgación, información y mercados de capitales

Está generalmente aceptado que la demanda de comunicación externa está subiendo a medida que un mayor número de empresas basa su fuerza competitiva en los intangibles. Teniendo en cuenta que la memoria anual no es adecuada para dar una verdadera imagen del valor de la empresa, dado que la mayoría de intangibles no se considera, la información sobre estos últimos tiene que proporcionarse en informes adicionales. Cada vez está más claro que las empresas necesitan mejorar su transparencia a fin de demostrar sus inductores de creación de valor a los mercados de capitales (Johanson *et al.*, 2001) y partes interesadas en general.

Las cuestiones más estudiadas sobre la comunicación externa de intangibles son las siguientes.

3.3.1. La necesidad de informar sobre el CI: voluntaria versus obligatoria

El nombre usado cada vez más para referirse al documento que incluye información sobre intangibles es Informe sobre Capital Intelectual (Informe CI). Este documento amplía el concepto de los tradicionales informes financieros introduciendo el capital humano, estructural y relacional (o los demás nombres que estas categorías reciben). En la práctica, una declaración de capital intelectual es un informe que por medio de texto, cifras e ilustraciones presenta los esfuerzos de una empresa por gestionar el conocimiento, con el propósito de comunicar el valor de uso, los recursos de conocimientos y retos de gestión que tiene la empresa en cuestión (Bukh, Nielsen, Gormsen y Mouritsen, 2002 [Bukh *et al.* de ahora en adelante]).

Cordazzo (2002) cuestiona el grado de «novedad» del Informe CI y trata de identificar características comunes con informes sociales y medioambientales. De hecho, se encuentra una cierta convergencia entre ellos, proporcionando así una forma de «economías informativas de al-

cance». Esto querría decir que las empresas que ya producen informes sociales y medioambientales estarían más dispuestas a preparar y dar a conocer un Informe CI. Las tres clases de informes proporcionan de algún modo una legitimación de la empresa, demostrando que el valor para la sociedad no sólo se basa en los beneficios económicos sino que se complementa también con los beneficios que produce la consecución de metas más amplias.

Una característica común de estos informes es que todos están preparados sobre bases voluntarias. Bukh *et al.* (2002) recuerdan la definición de divulgación voluntaria que hacen Meek *et al.* (1995, página 555) de «dar a conocer más allá de lo requerido, representando la libre elección de la dirección de la empresa de dar a conocer datos contables y otras informaciones consideradas relevantes para las necesidades de decisión de los usuarios de la memoria anual».

Este criterio de base voluntaria fue una de las conclusiones del *Amsterdam International IC Symposium* (OCDE, 1999) y en Europa, hasta ahora, ha sido una perspectiva común entre el mundo académico y el práctico. Sin embargo, recientes estudios de organizaciones de analistas financieros reclaman la necesidad de una cierta información obligatoria sobre intangibles.

La Asociación Noruega de Analistas Financieros (2002) dice que la información relacionada con los intangibles debería estar dentro del marco contable y no en un informe separado o independiente. Su enfoque no está en la valoración de los activos intangibles, sino en mejorar la actual divulgación de informaciones contables. La Asociación Italiana de Analistas Financieros (2002) está realizando un estudio que implícitamente adopta una posición cuantitativa y obligatoria con respecto a la divulgación de intangibles.

Esta posición obligatoria y cuantitativa también la adopta el FASB (*Financial Accounting Standards Board*) en su proyecto sobre «Divulgación de activos intangibles» (FASB, 2002), que considera las «divulgaciones requeridas» sobre activos intangibles más que divulgaciones voluntarias y, por supuesto, parte de la memoria anual, no un informe o declaración por separado. Se centra en la divulgación cuantitativa considerando dos enfoques: los que se basan en el valor justo y los que se basan en los costes.

La información proporcionada hoy en un informe sobre CI es, en general, cualitativa y no financiera. A pesar de la creciente demanda de información no financiera además de la financiera, (Holland, 2001; Ma-

vrinac y Siesfeld, 1997; Eccles y Mavrinac, 1995), está claro que los resultados financieros siguen siendo relevantes. En este sentido Bukh *et al.* (2002), destacan de qué forma Baruch Lev, basándose en estudios de las reacciones del mercado a la divulgación de avances investigadores, trata la importancia de las cifras en oposición al texto escrito (Lev, 2000). Sus estudios documentan que cuando la información aparecía en formato cualitativo, la reacción del mercado era del 1,13% de media. La reacción del mercado era del 2,01% cuando la información se daba en formato cuantitativo. También recuerdan la posición de Milne y Chan, quienes sostienen, en base a un estudio de la relevancia de la información social para la decisión de invertir, que la información social descriptiva es menos capaz de comunicar un mensaje preciso y fiable que la información cuantitativa.

La información sobre capital intelectual también se da a conocer en otros documentos que no son el Informe CI. Bukh *et al.* (2002) estudian los prospectos emitidos por empresas que salen a bolsa y sostienen que el tipo de información pedida por el mercado de capitales en conexión con una OPV (oferta pública de venta) es similar a la información divulgada en informes sobre capital intelectual. Un prospecto da a conocer qué tipos de información seleccionan una empresa y sus asesores para la mejor visualización posible de la empresa en relación a inversores y analistas, por lo tanto se puede percibir que las declaraciones de CI tienen relevancia para los mercados de capitales. Holand y Johanson (2002) y García, Parra y Martínez (2002) también se centran en empresas que cotizan en bolsa y analizan la información sobre capital intelectual proporcionada en informes y reuniones dirigida a analistas financieros y gestores de carteras. Nos referiremos a sus descubrimientos más adelante.

Un importante punto final de naturaleza general: aunque hay un creciente número de empresas divulgando informes sobre CI, siguen siendo demasiado pocas para permitir un análisis que pueda dar lugar a generalizaciones estadísticas o tendencias. Las metodologías diferentes a los estudios de casos todavía son difíciles de aplicar a las empresas que informan sobre su CI, por lo que la mayoría de los análisis descriptivos y estadísticos se basan en la información sobre intangibles proporcionada por otros informes (memorias anuales, prospectos, reuniones con analistas del mercado de capitales, etc.). Aunque no se menciona explícitamente en muchos trabajos, la idea de que hay claros límites a la información estaba en la mente de todos. Esto se deriva de la necesidad

de las empresas de guardar la información confidencial sólo a efectos directivos.

3.3.2. Algunos antecedentes comunes

Antes de mencionar los principales resultados obtenidos por los diferentes estudios, vale la pena conocer los principales antecedentes teóricos y sobre todo, empíricos, usados por los diversos autores para respaldar sus hipótesis.

Por ejemplo, Bukh *et al.* (2002) mencionan que varios estudios de solicitudes de información hechas por inversores y analistas indican una diferencia sustancial entre el tipo de información encontrado en las memorias anuales de las empresas y el tipo de información pedido por el mercado (Eccles *et al.*, 2001a; Eccles y Mavrinac, 1995). Del mismo modo, el análisis de Desai (2000, página 685) señala que el mercado de capitales valora la información proporcionada sobre planificación estratégica a largo plazo. Los resultados de Eccle y Mavrinac (1995) indican que hay una pronunciada diferencia en expectativa de información entre una empresa y el mercado, o sea, una falta de comunicación entre la dirección y los inversores en empresas que hacen un uso intensivo del conocimiento. Eccles *et al.* (2001a; páginas 128, 144) destacan que el mercado de capitales requiere información más fiable sobre factores de riesgo, dirección estratégica, cualidades directivas, experiencia e integridad, porque estos factores se consideran importantes para la capacidad de la empresa de generar valor. Richardson y Walker (2001) lo confirman al descubrir que la cantidad y calidad de la divulgación de datos financieros está negativamente relacionada con el coste del capital propio para las empresas.

Con respecto a las variables que afectan la divulgación voluntaria de información sobre intangibles, se menciona el análisis realizado por Chau y Gray (2002) en relación a las prácticas de información anual. Estos autores demuestran que el grado de propiedad externa de una empresa está positivamente asociado con la cantidad de divulgación voluntaria, algo que confirman Bukh *et al.* (2002).

En cambio, la evidencia empírica relacionada con el efecto de las estructuras y características de gobierno en la extensión de la divulgación voluntaria no es clara. Aunque algunos trabajos (Ho y Wong, 2001) parecen demostrar que hay una estrecha conexión entre ambas

cosas, otros rechazan tal posibilidad. El análisis de Bukh *et al.* (2002) sugiere que los efectos de las estructuras de gobierno corporativo son difíciles de medir en parte debido al hecho de que el tema del gobierno corporativo hace poco tiempo que ha adquirido relevancia.

También sugiere que es más probable encontrar información sobre «intangibles viejos» que sobre «nuevos». Los primeros son intangibles relacionados con la dimensión financiera: investigación y desarrollo; programas informáticos; comercialización; formación. Aparecen en informes de la empresa como explicación de cifras contables. Los nuevos intangibles como competencias del personal, relaciones con los clientes, sistemas administrativos, bases de datos y sistemas de apoyo a las decisiones, etc., que son los «nuevos» potenciadores del valor en las empresas del conocimiento, no se dan a conocer tan fácilmente (Guthrie *et al.*, 1999). Esta idea también se ha usado como evidencia en un estudio de la perspectiva contable: Wayne (2001), comparando los marcos y principios contables establecidos por el FASB y el IASC, señalaba que la mayoría de intangibles nuevos no se pueden reconocer dentro de los estados financieros porque no cumplen con la definición contable de activo. En base a todo esto, Bozzolan *et al.* (2002) sostienen que la falta de correlación entre el coste incurrido y el valor del beneficio futuro hace que los datos financieros sobre intangibles, y en particular de los que se basan en costes, sean medidas no adecuadas del valor de estos recursos.

3.3.3. Efecto de la divulgación sobre los mercados de capitales

Un resultado claro es que cuando se habla de divulgación de datos, el sector importa. O sea, los sectores que tienen una mayor cantidad de intangibles necesitan divulgar voluntariamente más información no financiera. También significa que al aplicar un modelo determinado a empresas del mismo sector (como hacen Bergamini y Zambon), se obtienen resultados más fiables. Otro resultado claro es que la tendencia a informar está aumentando con el tiempo, reflejando la probable exigencia de las partes interesadas así como que la divulgación parece también ser más necesaria donde y cuando se espera una mayor variabilidad de resultados. Esta situación coincide con la literatura publicada.

Por el contrario, analizando lo informado, Bozzolan *et al.* (2002) indican que no hay asociación entre sector y el tipo de información divul-

gada (sobre capital humano, estructura interna y externa). El tamaño de la empresa parece tener un efecto poco claro sobre la divulgación. Bozzolan *et al.* (2002) encuentran una positiva y significativa relación entre ambos aspectos, mientras que la evidencia encontrada por Bukh *et al.* (2002) no es tan concluyente. Obviamente, ambos trabajos se refieren a distintos países y se basan en el análisis de distintos documentos, por lo que no son completamente comparables. Castilla y Gallardo (2002) dan por hecho una relación positiva y en su estudio incluyen sólo grandes empresas.

Como queda dicho, la información sobre el CI se encuentra en diferentes documentos. Además del folleto informativo para la bolsa y los informes medioambientales, ya descritos, la información sobre el CI también aparece en las presentaciones que hacen las empresas que cotizan en bolsa ante analistas financieros e inversores de cartera. Estas presentaciones incluyen textos descriptivos, fotografías, gráficos y cifras. Esta es la información analizada por García, Parra y Martínez (2002), notando que a pesar de su relevancia, la divulgación mediante esta clase de canal ha recibido poca atención en la literatura académica. Holland y Johanson (2002) amplían esta cuestión, analizando lo que llaman el mercado de información sobre intangibles empresariales, donde el lado de la oferta es la información que las empresas proporcionan a los mercados de capitales y el lado de la demanda son los requisitos de los directores de fondos, analistas, etc. Sostienen que estos últimos necesitan reflexionar más sobre sus propios intangibles para poder comprender mejor la información que les dan las empresas. También dicen que es relativamente más fácil proporcionar información sobre los intangibles que tiene una empresa pero, citando a Roberts (2000), ven que la creación de valor es una función de la interacción entre las diferentes categorías, o sea, es la conectividad entre recursos lo que importa en la creación de valor de capital intelectual. Esto tiene mucho que ver con lo que Johanson (2003) llama un «problema de gestión» (o sea, el problema de un observador externo para comprender completamente cómo la dirección realiza las acciones adecuadas según los indicadores de CI).

En esta misma línea, García, Parra y Martínez (2002) estudian la información aportada en 257 informes durante 2000 y 2001 a analistas financieros de la bolsa de Madrid. Llegan a la conclusión, primero, que la información relacionada con el capital intelectual está ampliamente divulgada en estos informes y que la probabilidad de tener una estrategia proactiva de divulgación del capital intelectual en este canal aumenta

con el tamaño, nivel de cotización, ratio entre valor de mercado y valor contable y la existencia de un departamento de relaciones con los inversores. Los descubrimientos sugieren que la información asimétrica y las incertidumbres asociadas con la empresa son importantes determinantes de la divulgación de datos sobre capital intelectual mediante canales privados.

Algunos problemas metodológicos aparecidos al analizar la divulgación los discuten Bozzolan *et al.* (2002) y Bergamini y Zambon (2002). Sostienen que la práctica de la divulgación voluntaria se basa en medidas auto-construidas, implicando un alto grado de subjetividad y la consiguiente dificultad para repetir el análisis. La calidad de la divulgación también es muy difícil de valorar. De hecho, como indica Botosan (1997), la mayoría de trabajos sobre la divulgación asumen que la cantidad de divulgación es una sustitución de la calidad, con el supuesto subyacente que cantidad y calidad están positivamente relacionadas.

Se han hecho algunos análisis interesantes entre países para ver el efecto de ciertas prácticas contables relacionadas con los intangibles sobre los mercados de capitales. García y Mora (2002) examinan la existencia de «prácticas conservadoras» en siete países europeos. Como definición de conservadurismo del balance usan la de Fletham y Ohlson (1995), quienes definen el conservadurismo como la existencia de una constante subestimación del valor contable con respecto a la valoración de la empresa hecha por el mercado. Esto quiere decir que la ratio entre valor de mercado y valor contable siempre será mayor que la unidad. Analizan todas las observaciones disponibles en la base de datos de *Ex-tel Company Analysis* de siete países europeos y encuentran, tal como se esperaba, que todos los países muestran un sesgo conservador en sus balances. También encuentran, una vez más, que «el sector importa», o sea que los sectores con el ratio más alto entre valor de mercado y valor contable son «programas y servicios informáticos», «*hardware* de tecnologías de la información» y «farmacéuticos», sectores en los que a priori es muy posible que existan activos intangibles no registrados. Sin embargo, las diferencias entre países de estos tres sectores no es estadísticamente significativa, lo que sugiere que las empresas pertenecientes a la nueva economía se comportan de un modo similar con independencia del país.

Usando la misma fuente de datos, Giner y Pardo (2002) se fijan en los cambios introducidos por el FASB en la contabilidad de combinaciones empresariales y del fondo de comercio, que no implican ninguna

amortización periódica del fondo de comercio pero que en su lugar emplean una prueba de minoración. También notan que las empresas europeas desean el mismo trato, por lo que están presionando a los reguladores, tanto al IASB como a los nacionales, para que adopten medidas similares. En común con otros estudios que se centran en EE.UU., sus resultados confirman que la amortización del fondo de comercio no es estadísticamente significativa, un resultado que se repite a lo largo de una serie de diferentes regresiones. Además, aprecian que el cambio en la amortización del fondo de comercio es positivo y significativo, lo que sugiere que los inversores añaden valor a la información proporcionada por ese cambio, porque creen que aporta información sobre el futuro de la empresa.

Las diferentes iniciativas aparecidas en los últimos años que proponen guías para preparar informes sobre el CI reciben cada vez más apoyo de asociaciones empresariales, analistas financieros y creadores de políticas. Estas guías ya las están poniendo a prueba cientos de empresas de toda Europa. En esta etapa, muchas voces reclaman un mayor consenso y colaboración entre las instituciones que trabajan en el desarrollo y promoción de cada una de esas guías. Los trabajos de Del Bello (2002) y Guimón (2002) repasan las guías existentes (las de MERITUM y las danesas mencionadas anteriormente, entre otras) sugiriendo la necesidad de seguir adelante hacia un mayor consenso y estandarización a fin de crear un marco común para informar sobre el CI.

3.3.4. La importancia de los intangibles en las decisiones de créditos

Reconociendo que las instituciones financieras son muy importantes, muchos estudios de casos hacen referencia al modo en que tratan los intangibles internamente. El Banco Europeo de Inversiones tiene cada vez más en cuenta a los intangibles, tanto para la gestión interna del banco como para valorar los riesgos de crédito (Mertens, 2002). De todos modos, se trata de una excepción, ya que pocos análisis y documentos dicen si los bancos analizan intangibles y capital intelectual en sus procesos para la concesión de créditos (Catasús y Gröjer, 2003, y Oliveras y Amat, 2002). Estos dos trabajos son similares en naturaleza y ambos desarrollan un experimento. Encuestan a un conjunto de encargados de créditos (en bancos suecos y españoles, respectivamente), proporcio-

nando a la mitad de ellos información sobre una empresa hipotética. La mitad de los responsables bancarios recibió las cuentas anuales de la empresa con cierta información sobre intangibles y el resto con otra o ninguna información sobre intangibles. Aunque los intangibles precisos puestos a prueba son diferentes en los experimentos de los dos trabajos, ambos llegan a la conclusión de que hay un significativo reconocimiento de la información sobre intangibles en el proceso en que se decide la concesión de un crédito.

3.4. El capital intelectual en las instituciones de educación e investigación

Se trata de una cuestión emergente y cada vez más importante: no sólo las empresas, sino también las instituciones de investigación y educación superior se preguntan si están haciendo lo suficiente para desarrollar su capacidad de valorar, gestionar y dar a conocer su capital intelectual.

Dos organizaciones europeas le están prestando mucha atención a este tema: EARMA (*European Association of Research Managers* — asociación europea de jefes de investigación) y ESMU (*European Centre for the Strategic Management of Universities*— centro europeo para la gestión estratégica de universidades). Sugieren aplicar las guías MERITUM a las instituciones de investigación y educación superior en base a las siguientes suposiciones e ideas (Warden, 2002).

Las universidades e instituciones de investigación están produciendo conocimientos; sus fondos se invierten principalmente en investigación, innovación y recursos humanos, por lo que en ambos casos sus activos más valiosos frecuentemente son intangibles por naturaleza, como lo son sus outputs. Lamentablemente, sin embargo, son muy pocas las que consideran identificar, medir y valorar los intangibles como parte de un programa general de gestión del conocimiento. Históricamente, la causa de esto ha residido (entre otros factores) en las características organizativas —casi todas son organizaciones públicas, rara vez obligadas a preparar estados financieros anuales o documentos parecidos— y en la cultura organizativa, en la que poco énfasis se pone en desarrollar sistemas de gestión y orientaciones estratégicas. Pero este escenario está cambiando, debido a la creciente importancia del papel que juegan las universidades privadas y las entidades de investigación sin ánimo de

lucro, así como a la preclara visión de líderes que reconocen el valor añadido de incluir dichas actividades en sus sistemas.

Por toda Europa y fuera de ella, actualmente hay un movimiento que busca un aumento de la autonomía de las universidades y entidades de investigación, a menudo basado en nuevos principios de gestión pública con su inherente lógica de orientación de la actividad, medición y asignación de recursos. La transformación del sistema de ciencia e innovación hacia una mayor cooperación entre diferentes organizaciones, nuevas formas de producción de conocimientos (por ejemplo, investigación interdisciplinaria), nuevos objetivos políticos (proceso de Bolonia y *European Research Area*), así como varias formas de financiación en toda Europa son factores de impulso a los que se enfrentan tanto las entidades de investigación como las universidades. O sea que la competencia entre universidades y entidades de investigación crecerá en el futuro y se tendrán que posicionar estratégicamente, conseguir nuevos recursos financieros y encontrar nuevas formas de justificar sus inversiones y gastos. De hecho, las diferentes partes interesadas de estas diversas organizaciones, no sólo agencias financiadoras sino también la industria y la sociedad, ya están pidiendo mayor transparencia en el uso eficaz de los fondos y los outputs generados (o sea, propiedad intelectual y derivados). Aquellas entidades que consigan la ventaja del que se mueve primero desarrollando e incluyendo procedimientos antes que las demás tendrán una clara ventaja estratégica con respecto a sus iguales (Leitner, 2002).

En respuesta a esos retos, las universidades e instituciones de investigación tendrán que poner en marcha nuevos instrumentos de gestión y sistemas de información, que deben incorporar los intangibles. Algunos grupos y entidades de investigación han empezado a trabajar en esta cuestión. Se deben explorar sus experiencias y puntos de vista y poner más énfasis en la importancia de desarrollar metodologías y guías comunes que permitan hacer informes comparables con valor intersectorial.⁶

4. Estudios de casos de empresas

Un punto a destacar desde el principio es que las empresas que participaron en la conferencia, bien porque se les había pedido que presentaran su caso o porque se habían ofrecido para hacerlo, tenían experiencia en el tema. Lo mismo vale para las instituciones que estuvieron

presentes y participaron en el debate. Esta situación tiene que tenerse presente cuando se extraigan conclusiones de los casos a estudio: estas empresas no reflejan la situación de la mayoría porque son empresas que tienen interés y experiencia en gestionar y medir el capital intelectual. Las futuras investigaciones deberán considerar que se necesitan estudios diferentes para las empresas que no tienen experiencia ni interés y las que sí tienen ambas cosas

Los comentarios siguientes sólo son aplicables a estas últimas. Todos los casos a estudio apoyan claramente la noción que ya no hace falta convencer a los directivos y los responsables de las políticas de la importancia de los intangibles: ellos son los que ahora ondean la bandera. Han tomado conciencia de los problemas y nos piden soluciones. Otro punto claro de todos los estudios es que lo primero es la identificación. Los intangibles se necesitan, pero demasiados pueden ser una carga para la toma de decisiones. Por lo tanto, es necesario decidir primero cuáles son los objetivos, cuáles las variables a considerar, cuáles son los principales intangibles, etc. y *entonces* medir y desarrollar indicadores. El sistema pensado debe basarse en las necesidades específicas de la empresa. El proceso en sí ayuda a las empresas a encontrar sus competencias estratégicas y áreas en las que tengan que desarrollarlas. Una vez creados los indicadores, la acción es obligatoria, o sea que es esencial transformar las «medidas en acciones». ⁷ También se vió que existe la necesidad de establecer mejores vínculos entre actividades relacionadas con los intangibles y las funciones de la empresa, lo que se traduce en una necesidad de mostrar los efectos en los resultados financieros.

Se presentaron catorce casos de diferentes sectores: industria electrónica, química, telecomunicaciones, bancos, seguros, servicios de TI, bufete de abogados, dos casos que se refieren a la industria en general (empresas públicas eléctricas en España e industria gráfica en Noruega). Cuatro de los casos eran ejemplos de herramientas para medir, uno de ellos especialmente diseñado para PYMEs. La mayoría de casos sigue una combinación de los modelos actuales adaptados a la orientación y características particulares de la empresa. Algunos tratan de reflejar la empresa en general; otros se centran en un área determinada, por ejemplo recursos humanos o clientes. Se tienen en cuenta tanto los usuarios internos como externos de la información producida por la empresa. El proceso de llegar a una definición del sistema de medición también difiere. En algunos casos se gestiona internamente, mientras que en otros se requiere ayuda externa (firmas consultoras o investiga-

dores académicos). En todos los casos, sin embargo, hay una fuerte implicación de los máximos directivos en el proceso, lo que ilustra el rasgo común que el compromiso de la dirección es esencial.

Los mensajes adicionales también son comunes para la mayoría de casos presentados:

Los intangibles como inductores de valor son específicos de cada empresa, pero el modelo tiene que ser de naturaleza general, uno que pueda englobarlos a todos. Una vez más, de acuerdo con los resultados de las investigaciones, los intangibles como inductores de valor o las inversiones en intangibles tienen que estar conectadas con la rentabilidad de la inversión para poder precisar la rentabilidad marginal de los intangibles. La información sobre CI ha demostrado ser una cuestión estratégica para las empresas pero su incorporación sigue siendo escasa. Aunque el interés general por el tema existe entre las empresas, todavía no hemos visto que los primeros conversos sigan a las empresas pioneras. Para solucionar esto, necesitamos tomar en serio a las empresas cuando exigen herramientas con menor tiempo de espera y mayor capacidad de uso. Esto también significa que el sector público debería patrocinar empresas dispuestas a aplicar proyectos pilotos sujetos al estudio de los investigadores.

El informe del CI obviamente contendrá indicadores que muestren la situación de la empresa. Es importante mantener los indicadores sencillos y acordar por adelantado cómo se usarán y el tipo de cambio que deben impulsar o inducir. También deberían desarrollarse en colaboración con aquellos que los usarán/interpretarán recordando la importancia de distinguir entre uso interno/divulgación externa.

Es importante recalcar, en nuestra opinión que se necesita un equilibrio entre dos clases de indicadores:

a) «Indicadores centrales», compartidos en todo el sector y útiles a medio plazo.

b) Indicadores impuestos por el contexto, que deberían reflejar la condición de la empresa como única.

Aunque los indicadores del tipo b) tengan que construirse, es necesario tener en cuenta que un conjunto muy fijo de indicadores no funcionará porque esto no deja lugar a la innovación en la gestión de intangibles.

Una vez dicho esto, queda más trabajo a hacer sobre cómo desarrollar indicadores. Es necesario definir bien los objetivos, las cuestiones clave y las acciones estratégicas que los indicadores deben evaluar. En este aspecto, se destacó el contraste entre la necesidad de guías (que

pueden ser útiles en todos los sectores) y un manual (de contexto específico). Tanto las guías como el manual tienen que tratar problemas específicos y basarse en experiencias reales.

Los indicadores presentados a las partes interesadas también deben estar dirigidos al futuro. Deben ser indicadores prospectivos y proporcionar una imagen del futuro esperado de la empresa, así como contestar a las preguntas hechas por una sociedad más exigente. Los resultados futuros se tienen que adivinar, así que para que los inductores de valor cobren relevancia y tengan peso específico, los directivos deben percibirlos como bloques significativos que permitan construir los resultados futuros.

Una última cuestión interesante a destacar es que las empresas tendrían que diferenciar entre actividades intangibles «buenas» y «malas». Las buenas serían aquellas que afectan positivamente el proceso de valor y las malas las que añaden poco o nada a la capacidad de la empresa para generar ingresos. En este sentido los investigadores deberían ser capaces de ayudar a las empresas a distinguir entre los intangibles que realmente aumentan su valor y los que no valen la pena. Esto nos lleva a una de las ideas principales mencionadas en la introducción de este trabajo: no debemos medir lo que podemos sino lo que debemos. Ahora podemos añadir: no debemos invertir en intangibles en general sino sólo en aquellos que poseen verdadera importancia. Este reto necesita ampliar el vínculo entre aspectos prácticos y teóricos, lo que requiere una colaboración más profunda entre investigadores, practicantes y directivos.

5. Una perspectiva de futuro

Esta última sección intenta abrir una ventana al futuro teniendo en cuenta los mensajes de los responsables de las políticas y los resultados principales de los puntos de discusión destacados a lo largo del trabajo. También intentamos valorar la futura agenda de investigaciones a corto plazo sobre el capital intelectual.

5.1. Mensajes de los creadores de políticas

Los creadores de políticas que hicieron presentaciones en la conferencia⁸ transmitieron tres mensajes importantes que reflejan los víncu-

los entre capital intelectual y política de innovación. Fueron los siguientes:

1. La innovación es cuestión de conexiones y por tanto, la política de innovación debe orientarse hacia el mercado y hacer participar a todas las partes interesadas.
2. La innovación depende principalmente de las decisiones tomadas por los actores económicos más que los responsables políticos. Estos últimos, sin embargo, son responsables de proporcionar las mejores condiciones para que las innovaciones florezcan.
3. El conocimiento es la principal función de la producción y compartir el conocimiento es el camino a seguir. Del mismo modo que la sociedad industrial cambió de dirección cuando las máquinas empezaron a producir otras máquinas, la sociedad del conocimiento aparece cuando el conocimiento, el factor más crítico de producción, se usa para producir otros conocimientos.

Comparten muchos de los argumentos descritos en las secciones anteriores de este trabajo, poniendo especial énfasis en las siguientes ideas.

Las PYMEs se llevan la parte del león de la comunidad empresarial de nuestros países. Muchas están bien posicionadas para tabajar con CI debido a su limitada cantidad de sistemas formalizados y transferencia de conocimientos tácitos, pero la mayoría ni siquiera ha oído hablar de las cuestiones discutidas en este trabajo. Esto quiere decir que debería hacerse un enfoque proactivo especialmente destinado a estas empresas con el objetivo de aumentar la capacidad de innovación de estas unidades tan importantes.

La escasez de información sobre intangibles representa un gran obstáculo para el desarrollo y puesta en práctica de políticas públicas, así como para el control de los resultados derivados. La OCDE ha manifestado su preocupación sobre el uso de intangibles para aumentar la eficacia de la dirección empresarial y de la responsabilidad social. Quedó claramente expresado que hay una creciente necesidad de transparencia y que las empresas deberían hacer frente al reto divulgando información fiable y oportuna sobre sus intangibles, dando por hecho que la transparencia compensa. Obviamente, se necesita una mejora continuada del marco regulador para poder facilitar ese proceso (García-Ayuso, 2002).

Estimular la información sobre capital intelectual ayudará tanto a los directivos de empresa como a la comunidad de inversores a hacer

mejores estimaciones de las oportunidades y los riesgos. Sobre todo, hay interacciones mutuas entre la medición e información de intangibles y el desarrollo de políticas, algo que comienza a reconocerse a nivel político.

5.2. Conclusiones de la investigación y el estudio del caso

Los argumentos presentados a lo largo de las secciones anteriores de este trabajo aportan una serie de ideas interesantes que surgen de las investigaciones y experiencias prácticas actuales. El objetivo de este punto es simplemente enumerarlas. Muchas hacen referencia a problemas sin resolver y por consiguiente deberían inspirar la agenda de futuras investigaciones.

Varios antecedentes teóricos influyen en el análisis de los intangibles y el capital intelectual. Sin embargo, este área sigue claramente pidiendo teorías, lo que supone una mayor relación entre investigadores y practicantes. Los marcos conceptuales a desarrollar deberían visualizar lo que las empresas hacen con sus conocimientos. Palabras como conectividad, comunicación e interacción deberían formar parte del núcleo del análisis.

La disponibilidad de recursos intangibles no garantiza la eficacia de su uso. Las empresas y partes interesadas deberían distinguir entre intangibles «buenos» y «malos», lo que inmediatamente pide un análisis más dinámico.

Hay una demanda creciente para desarrollar conceptos y herramientas que nos permitan conectar más eficazmente conocimientos y otros recursos intangibles con los recursos financieros. La demanda de información cualitativa y no financiera es fuerte, pero de verdad necesitamos ir más allá de la etapa de simplemente suponer que la medición de intangibles es algo que vale la pena. Tiene que demostrarse en términos cuantitativos.

El proceso para gestionar y medir intangibles y actuar sobre ellos sólo puede empezar y salir adelante si la alta dirección de la empresa se compromete e implica completamente. Las experiencias de las empresas demuestran que invertir en intangibles compensa.

Hay varios problemas metodológicos severos en el momento de revisar evidencias empíricas. La proliferación de modelos y la falta de

datos comparables son claros problemas a resolver. Los casos y las encuestas son las metodologías usadas más comúnmente, ambas propensas a acusar la influencia de los juicios emitidos por investigadores y personas consultadas.

A pesar de estas dificultades metodológicas, hay una clara evidencia que la divulgación va en aumento y que las empresas necesitan ampliar su transparencia para demostrar sus inductores de creación de valor a los mercados de capitales y partes interesadas en general. De todos modos, las empresas que dan a conocer esta clase de información siguen siendo demasiado pocas para permitir el análisis, lo que puede llevar a generalizaciones estadísticas o tendencias.

Las empresas creen que la divulgación voluntaria de información sobre intangibles tiene efectos positivos sobre sus mecanismos de gobierno y refuerza las relaciones con sus partes interesadas así como su imagen. También piensan que puede ayudarles a recuperar la credibilidad que la mayoría perdió a ojos de los inversores. Obviamente, una mayor información tiene un coste, pero vale la pena. Los directivos consideran que la información narrativa que incluye indicadores cuantitativos y cualitativos aumenta la utilidad de las divulgaciones voluntarias.

Al hablar de divulgación de datos, está muy claro que el sector importa. En términos generales, la divulgación parece ser más necesaria cuando y donde se espera una mayor variabilidad de resultados. Otros factores tales como la edad o tamaño de las empresas tienen efectos poco claros sobre la divulgación de datos.

La divulgación del capital intelectual se sigue haciendo sobre bases voluntarias, aunque hay voces que piden una información obligatoria. Esta idea va ganando adeptos entre los organismos que establecen normas contables internacionales. La información sobre capital intelectual en otras fuentes (folletos informativos y otros documentos dirigidos a los actores del mercado bursátil, por ejemplo) representa bien los requisitos obligatorios enraizados en el mercado.

Los estudios empíricos sobre mercados de capitales han confirmado la existencia de una asociación positiva entre inversiones intangibles y beneficios empresariales. Evidencias recientes sugieren que el valor contable del fondo de comercio y su depreciación anual no parecen una relación constante con el valor de las empresas en los mercados de capitales europeos.

La aparición de guías de gestión e información es bienvenida; se aprecian muchas coincidencias entre las que existen. Está claro que de-

bería estimularse una tendencia de convergencia que permitiera llegar a un lenguaje común para informar sobre intangibles.

En relación a los indicadores dos puntos quedaron muy claros. Aunque la lista de indicadores debería ser un traje hecho a medida de la empresa, hay una clara necesidad de un grupo de indicadores principales que permiten hacer comparaciones intersectoriales e internacionales. Las micro y macro perspectivas sobre capital intelectual tienen que integrarse. En estos momentos los intangibles están mayoritariamente ausentes de las cuentas nacionales.

Un área todavía emergente pero muy prometedora es el uso de información sobre intangibles en las decisiones sobre concesión de créditos que toman las instituciones financieras. Otra área emergente es la aplicación de los conceptos y experiencias de capital intelectual a instituciones de educación superior e investigación.

5.3. ¿Qué viene ahora?'

Una mirada al pasado y una reflexión sobre el presente claramente revelan que los intangibles se han convertido en una fuente fundamental de riqueza y progreso en nuestras sociedades y actualmente representan una importante preocupación de las empresas, sus partes interesadas y las responsables de las políticas empresariales. El conocimiento que tenemos de los intangibles está creciendo de forma exponencial como resultado del creciente número de investigadores que dedican esfuerzos a analizarlos, así como al también creciente número de empresas que desarrollan modelos para identificarlos, medirlos y controlarlos.

Ésta es un área en la que la armonización a nivel mundial es una obligación, que pide la integración de estos grupos europeos de investigación con los destacados estudiosos de EE.UU. y Australia básicamente. Al mismo tiempo sería interesante introducir la idea de GLOBAL (sacada del movimiento verde y social). El nivel GLOBAL es donde se fija y discute la agenda. Se sugieren herramientas, se discuten modelos genéricos y se presentan iniciativas políticas. Pero el nivel LOCAL necesita traducir las iniciativas GLOBALES a su contexto específico. Una armonización GLOBAL no tiene sentido a nivel LOCAL. Es en el nivel LOCAL que las empresas hacen su trabajo intangible y donde las medidas y gestiones realmente se producen, transmiten y reciben.

Los programas de formación a nivel internacional se han de desarrollar, tanto en términos de gestión funcional como en términos de establecimiento de políticas, con el fin de corregir nuestra incompleta comprensión (cuantitativa y cualitativa) del proceso de producción de conocimientos y de su impacto. Esto es especialmente relevante para empresas e instituciones que están comenzando a trabajar en sus intangibles, como las PYMEs.

Hace falta más trabajo de investigación para poder explicar completamente la contribución de los intangibles a la creación de valor, tanto a nivel microeconómico como en términos de su papel en la generación de riqueza y la mejora de competitividad a nivel macroeconómico. Los investigadores también deberían dirigir su trabajo hacia la producción de medidas fiables de los futuros beneficios resultantes de las inversiones intangibles y la amplia distribución de los resultados de la investigación. Los resultados de las distintas líneas de investigación, las experiencias exitosas y las herramientas de gestión desarrolladas deberían tener una amplia difusión.

Debe promoverse la investigación interdisciplinaria, en la que haya una creciente implicación de cuestiones sociales, económicas y éticas. En el mundo de hoy existe una sociedad más exigente. En respuesta a esto ha habido una ampliación de los informes tradicionales hacia nuevas áreas de interés, siendo una de las principales, los intangibles.

Tanto los investigadores como los creadores de políticas deben dedicarse al progreso de las PYMEs, ayudándolas a aplicar buenas prácticas de gestión del conocimiento. Además, los investigadores del sector público deberían adaptar el conocimiento producido dentro del contexto de las empresas, con el fin de desarrollar sistemas de gestión del conocimiento en entidades y agencias gubernamentales en estrecha colaboración con los representantes políticos.

Los gobiernos y organismos reguladores también deben comprometerse con la mejora continuada de los mecanismos de gobierno corporativo. Ese compromiso debe ir más allá de la necesidad de recuperar la confianza de los inversores y asegurar la eficacia de los mercados financieros, de servicios y productos. Las futuras investigaciones también deberían proporcionar una visión más profunda de la economía de los intangibles y de la política de divulgación empresarial de los mismos considerando explícitamente los intereses de los actores relevantes en ese proceso.

Bibliografía

- ADLER, P. S.; KWON, S. (2002) «Social capital: Prospects for a new concept», *Academy of Management Review*, Vol. 27, nº 1, pp. 17-40.
- AIIMR (2001), «Submission to the SEC concerning the ‘Fair Disclosure’ regulations».
- ALLEE, V. (2002) «A value network approach for modeling and measuring intangibles» (*).
- ANDERSEN, B.; STRIUKOVA, L. (2002) «Where Value Resides: Classifying and Measuring Intellectual Capital and Intangibles Assets» (*).
- ARVIDSON, S. (2002) «The value impact of R&D collaboration agreements» (*).
- AZOFRA, V.; PRIETO MORENO, B.; SANTIDRIÁN, A. (2002) «A proposal for the presentation of the evolution of IC and its connection with value creation. Analysis of a case» (*).
- BARNEY, J. (1991) «Firm Resources and Sustained Competitive Advantage» *Journal of Management* Vol. 17 N.º 1 pp. 99-120.
- BARNEY, J. (1999) «How a Firm’s Capabilities Affect Boundary Decisions», *Sloan Management Review* Spring, pp. 137-145.
- BARUCH, L. (2002) «US-Europe comparative approach» (**).
- BERGAMINI, I.; ZAMBON, S. (2002) «A scoring methodology for ranking company disclosure on intangibles» (*).
- BLANCO, C.; NAVARRO, M.; PEÑA, I. (2002) «Influence of knowledge-based resources and alliances in business performance» (*).
- BORNEMANN, M; KNAPP, A.; SCHNEIDER, U.; SIXL, K.I. (1999) «Holistic Measurement Of Intellectual Capital», *Paper Presented At The International Symposium: Measuring And Reporting Intellectual Capital: Experience, Issues And Prospects. Technical Meeting. Policy And Strategy Forum. Amsterdam.*
- BOTOSAN, C. A. (1997) «Disclosure level and the cost of equity capital», *The Accounting Review*, Vol. 72, N.º 3, pp. 323-350.
- BOURDIEU, P. (1983) «Ökonomisches Kapital, kulturelles capital, soziales Kapital, in Soziale Ungleichheiten» *Soziale Welt*, Sonderheft 2, 1983, pp. 183-98.
- BOZZOLAN, S.; FAVOTTO, F.; RICCERI, F. (2002) «Narrative reporting on intangibles: an analysis of Italian listed companies» (*).
- BREUNING, K.J.; SKARET, M. (2002) «Pillars of connectivity. The

- continuous drama of assessing large issues when deciding lesser ones» (*).
- BUENO, E. (2002) «IC and Scientific production of the Madrid research centres» (*).
- BUENO, E.; MORCILLO, P.; RODRÍGUEZ, J. (2002) «Intellectual capital and scientific production of the Madrid research centres» (*).
- BUENO, E.; RODRÍGUEZ, O.; SALMADOR, M.P. (2002) «The role of social capital in today's economy: empirical evidence and proposal of a new model of IC» (*).
- BUKH, P.N. (2002) «The Danish Guidelines» (**).
- BUKH, P.N.; LARSEN, H.T.; MOURITSEN, J. (2001) «Constructing intellectual capital statements» *Scandinavian Journal of Management* 17(1), pp. 87-108.
- BUKH, P.N.; NIELSEN, C.; GORMSEN, P.; MOURITSEN, J. (2002) «Disclosure of IC indicators in Danish IPO Prospectus» (*).
- BYGDAS, L.; ROYRVIK, E. (2002) «Integrative visualization and knowledge-enabled value creation: an activity-based approach to intellectual capital» (*).
- CañIBANO, L.; GARCÍA-AYUSO, M.; SÁNCHEZ, P. (2000) «Accounting for Intangibles: A Literature Review» *Journal of Accounting Literature*. Vol 19. 102-130.
- CASTILLA, F.; GALLARDO, D. (2002) «The role of the manager in the provision of intangible information» (*).
- CATASÚS, B.; GRÖJER, J.E. (2002) «Mobilizing human capital through constructors» (*).
- CATASÚS, B.; GRÖJER, J.E. (2003) «Intangibles and Credit Decisions – results from an experiment», *European Accounting Review*, nº 2 (Forthcoming).
- CAZAVAN-JENY, A. (2002) «Market-to-book ratio and recognition of intangibles: A French survey» (*).
- CHAMINADE, C.; JOHANSON, U. (2002) «Can guidelines for intellectual capital reporting be considered without addressing cultural difference? An explorative paper» (*).
- CHAU, G.K.; GRAY, S.J. (2002) «Ownership structure and corporate voluntary disclosure in Hong Kong and Singapore», *The International Journal of Accounting*. 175: 1-19.
- CHAUVEL, D.; DEPRES, C.; SCHULTE, W. (2002) «Knowledge management and the management development function in European business» (*).

- COHEN, D.; PRUSAK, L. (2001) «*In Good Company: How Social Capital Makes Organizations Work*», Harvard Business School Press, Noston, MA.
- CORDAZZO, M. (2002) «IC Statement vs. Environmental and social reports: an empirical analysis of their convergence in the Italian context» (*).
- DEL BELLO, A. (2002) «A regulatory competition? A critical comparison of the existing guidelines and recommendations on IC statements and intangibles reports» (*).
- DESAI, A.B (2000) «Does strategic planning create value? The stock market's belief» *Management Decision*. 38(10) pp. 685-693.
- DING, Y. STOLOWY, H.; TENENHAUS, M. (2002) «R&D productivity: an international comparison» (*).
- ECCLES, R.; MAVRINAC, S. (1995) «Improving the Corporate Disclosure Process», *Sloan Management Review*, Summer, pp. 11-25.
- ECCLES, R.G.; HERZ, R.H.; KEEGAN, E.M.; PHILLIPS, D.M. (2001a) «*The value reporting revolution: moving beyond the earnings game*» Nueva York: John Wiley & Sons.
- EUSTACE, C. (2002) «The Intangible Economy: Six key questions for policy makers that need answering» (**).
- FASB (2002) «Disclosure about Intangibles Assets». www.fasb.org/project/intangibles.
- FELTHAM,G.; OHLSON, J.A. (1995) «Valuation and clean surplus accounting for operating and financial activities», *Contemporary Accounting Research*, Vol. 11, pp. 689-731.
- FOLGADO, J. (2002) «Closing Remarks» (**)
- FORAY, D. (2002) «Results from the OECD study on intangibles» (**)
Based on OECD (2002) Presentation of the international knowledge management survey in the private sector. COM/CERI/DSTI (2002)65.
- FREEMAN, R.E. (1984) «*Strategic Management: a Stakeholder Approach*», Pitman Publishing.
- GARCÍA-AYUSO, M. (2002) «The transparent enterprise: The value of intangibles at the world research agenda», *E*Know-net Newsletter n° 2*. www.eu-know.net.
- GARCÍA, E.; PARRA, I; MARTÍNEZ, I. (2002) «Private channels and IC reporting» (*).
- GARCÍA, J.M.; MORA, A. (2002) «Balance sheet conservatism and equity valuation» (*).

- GEIGER, R. (2002) «Intangibles & Corporate Governance» (**).
- GINER, B.; PARDO, F. (2002) «Is goodwill amortization relevant for share prices? A European perspective» (*).
- GRANT, M.F. (1991) «The Resource-based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy formulation» *California Management Review* N.º 33 pp. 114–135.
- GRANT, R.M. (1998) *Contemporary Strategy Analysis*, Blackwell Publishers Ltd, Oxford, UK. pp. 4–12.
- GUIMÓN, J. (2002) «Guidelines for IC management and reporting: A comparative study of the Meritum and Danish approach» (*).
- GUTHRIE, J.; PETTY, R.; FERRIER, F.; WELLS, R. (1999) «There is no Accounting for Intellectual Capital in Australia: A Review of Annual Reporting Practices and Internal Measurement of Intangibles», *OECD Symposium on Measuring and Reporting of Intellectual Capital, Amsterdam, August*.
- GUTHRIE, J. (2001) «The Management, Measurement And Reporting Of Intellectual Capital», *Journal Of Intellectual Capital* 2 (1), pp. 27-41.
- HO, S.S.M.; WONG, K.S. (2001) «A study of the relationship between corporate governance structures and the extent of voluntary disclosure», *Journal of International Accounting, Auditing & Taxation*. 10. pp. 139-156.
- HOFSTEDE (1980) «*Culture's Consequences: International Differences In Work-Related Values*» Londres: Sage.
- HOFSTEDE (1985) «The Interaction Between National And Organizational Value Systems», *Journal Of Management Studies*, N. 23, pp. 347-357.
- HOFSTEDE (1991) «*Cultures And Organizations: Software Of The Mind*», McGraw-Hill.
- HOLLAND, J. (2001) «Corporate Value Creation, Intangibles and Disclosure» Working paper, Department of Accounting and Finance, University of Glasgow.
- HOLLAND, J.; JOHANSON, U. (2002) «Value relevant information on corporate intangibles: creation, use and barriers in capital markets: Between a rock and hard place» (*).
- JOHANSON, U. (2002) «Reaction, research and knowledge interaction: key words for MERITUM and E*KNOW-NET» (**).
- JOHANSON, U. (2003) «Why are capital market actors ambivalent to information about certain indicators on intangibles?», *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol 16, N.º 1.

- JOHANSON, U.; MÅRTENSSON, M.; SKOOG, M. (2001) «Measuring to understand intangible performance drivers», *European Accounting Review*. Vol. 10, N.º 3, pp. 407-437.
- JOHSON G.; SHOLES, K. (2001) «*Dirección estratégica*», Prentice Hall.
- LAZERSON, M. (1995): «A new phoenix: Modern putting-out in the Modena knitwear industry», *Administrative Science Quarterly*, 40, pp. 34-59.
- LEITNER, K.H (2002) «Intellectual Capital Reporting for Universities: Conceptual background and application within the reorganisation of Austrian universities» (*).
- LEÓN, G. (2002) «Intellectual Capital and Innovation Policy» (**).
- LEV, B. (2000) «Communicating Knowledge Capabilities» Working paper. Leonard N. Stern School of Business. New York University.
- LEV, B. (2001) «*Intangibles: Management, Measurement, and Reporting*» Washington Dc. The Brookings Institution.
- LINGLE J. H.; SCHIEMANN, W.A. (1996) «From Balanced Scorecard To Strategic Gauges: Is Measurement Worth It?», *Management Review* Vol. 85; Nº 3, pp. 56-61.
- LYMER, D.; ONYEKWE, D. (2002) «Taxing the intangibles: overview of global approaches and a review of recent policy changes in the UK» (*).
- MARR, B.; GRAY, D. (2002) «Measuring IC-the internal and external drivers for measuring and reporting the intangibles of an organization» (*).
- MAVRINAC, S.; SIESFELD, T. (1997) «Measures That Matter. An Exploratory Investigation of Investors' Information Needs and Value Priorities», *Working Paper. Richard Ivey School of Business*.
- MCDONALD, D.; SMITH, A. (1995) «A Proven Connection: Performance Management And Business Results», *Compensation & Benefits Review*, enero-febrero, pp. 59-64.
- MCELROY, M.W. (2001) «Social Innovation Capital», *Draft, Macroinnovation Associates*, julio, pp. 1-14.
- MCEVILY, S.; CHAKRAVARTHY, B. (2002) «The Persistence of Knowledge-based. Advantage: An Empirical Test for Product Performance and Technological Knowledge», *Strategic Management Journal*, 23: 285-305.
- MEEK, G. K.; ROBERTS, C.B.; GRAY, S.J. (1995) «Factors Influencing Voluntary Annual Report Disclosures by U.S. and U.K. and

- Continental European Multinational Corporations», *Journal of International Business Studies*, Vol. 26, pp. 555-572.
- MERITUM (2002) «*Guidelines for managing and reporting on intangibles (Intellectual Capital Report)*», Vodafone Foundation.
- MERTENS, J.J. (2002) «Intangibles in Project appraisal at EIB» (**).
- MILNE, M.J.; CHAN, C. (1999) «Narrative Corporate Social Disclosures: How Much of a Difference do they make to Investment Decision-Making», *British Accounting Review*, Vol. 31, pp. 439-457.
- MOURITSEN, J.; LARSEN, H.T.; BUKH, P.N. (2001) «Intellectual Capital and the 'Capable Firm': Narrating, Visualising and Numbering for Managing Knowledge», *Accounting, Organisations and Society*.
- O'REAGAN, P.; KENNEDY, T.; O'DONNELL; BONTIS, N.; CLEARY, P. (2002) «Managing, measuring and valuing intangible resources: the case of the "Celtic Tiger"» (*).
- OECD (1999) «Conclusions of the Amsterdam Symposium: www.oecd.org/dsti/sti/industry/indcomp/Amsconf/symposium.htm.».
- OLIVERAS, E. and AMAT, O. (2002) «Accounting for intangibles and creative accounting» (*).
- ORDÓÑEZ DE PABLOS, P. (2002) «Direct and indirect effects of intellectual capital on organizational competitive advantage: empirical evidence» (*).
- ORTÚN, P. (2002) «The new look of European enterprises» (**).
- PEÑA, I. (2002) «Intellectual Capital and Business Start-up Success» *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 3 No. 2. pp. 180-198.
- PORTER, M.E. (1985) «*Competitive Advantage*», Free Press. Nueva York..
- PORTER, M.E. (1990) «*The Competitive Advantage of Nations*», Free Press. Nueva York.
- PORTER, M.E. (1996) «What is strategy?», *Harvard Business Review*. noviembre-diciembre, pp. 61-78.
- RAMIN, K. (2002) «Reporting developments for intangibles applying International Accounting Standards (IAS/IFRS)» (**).
- RICHARDSON, A.J.; WELKER, M. (2001) «Social disclosure, financial disclosure and the cost of equity capital», *Accounting, Organizations and Society*. 26. pp. 597-616.
- ROBERTS, H. (2000) «Classification Of Intellectual Capital», en J.E. Gröjer And H Stolowy (eds.) *Classification Of Intangibles*. Groupe Hec, Jouy-En Josas, France, pp. 197-205.

- RODRÍGUEZ CASTELLANOS, A.; LANDETA RODRÍGUEZ, J.; RANGUELOV, S. (2002) «R&D&T capital at the universities: what types of knowledge drive it? A case study» (*).
- RODRÍGUEZ, J.; MERINO, C.; MURCIA, C.; VILLAR, L. (2002) «Toward and IC report of Madrid. New insights and developments» (*).
- ROGERS, M. (2002) «Towards the 3%» (**).
- ROOS, G.; GUTHRIE, J.; STEANE, P.; FLETCHER, A.; PIKE, S. (2002) «Mapping a transparent enterprise: An australian third sector organization and understanding diverse stakeholders perceptions of intangibles» (*).
- ROSLENDER, R.; FINCHAM, R. (2002) «Intellectual capital accounting in the UK: A field study perspective» (*).
- SÁNCHEZ, P. (2002) «The value of intangibles and intellectual capital in the realm of European innovation policy», *Presentation of the Conference: The transparent enterprise. The value of intangibles.* www.eu-know.net.
- SICARD, T.L.; WRIGHT, P.; HAMABATA, M. (2002) «The Kohala Center: a study in expanding knowledge-capacity» (*).
- SKOOG, M. (2002) «Visualizing value creation through the management control of intangibles» (*).
- SNELL, S. A.; DEAN, J.W. (1992) «Integrated manufacturing and human resource management: A human capital perspective», *Academy of Management Journal*, 35(3), pp. 467-504.
- SNELL, S.A.; LEPAK; YOUNDT, M.A. (1999) «Managing the architecture of intellectual capital: Implications for strategic human resource management», en G. R. FERRIS (ed.), *Research in Personnel and Human Resources Management*, S4, pp. 175-193.
- SOETE, L. (2002) «Policy implications for Europe» (**).
- STAHLER, P.; PÖYHÖNEN, A.; STAHLER, S.; HONG, J. (2002) «Valuing dynamic IC» (*).
- TAUG, J.; ROBERT, H. (2002) «Capital interconvertibility in complex organizations» (*).
- TEECE, D.J.; PISANO, G.; SHUEN, A. (1997) «Dynamic Capabilities and Strategic Management», *Strategic Management Journal* 18 (7) pp. 509-533.
- THORBJÖRNSEN, S.; MOURITSEN, J. (2002) «The individual employee in the IC Statement» (*).
- THORLEIFSDÓTTIR, A. (2002) «The Icelandic guideline to IC assessment» (*).

- VIEDMA, J.M. (2002) «Strategic benchmarking of IC (SBIC). An IC strategic management methodology and strategic information system» (*).
- WARDEN, C. (2002) «Valuing and Managing Intellectual Capital in HEROs» (*).
- WAYNE S. U. (2001) «Business and Financial Reporting, Challenges from the New Economy», *Financial Accounting Series*, N.º 219/A.
- YLI-RENKO, H.; AUTIO, E.; SAPIENZA, A. (2001) «Social Capital, Knowledge Acquisition and Knowledge Exploitation in Young Technology-Based Firms», *Strategic Management Journal* 22, pp. 587-613.
- YOUNDT, M.A.; SNELL, S.A. (1998) «Human resource management, intellectual capital, and organizational performance», *58th Annual Conference of the Academy of Management, San Diego, CA*.
- ZAMBON, S. (2002) «EU Study – Measurement of intangibles and reporting practices: emerging issues and future needs» (**)

Lista de empresas y asociaciones que presentaron estudios de casos

Cap Gemini Ernst and Young (Consulting), Francia; Eliop (industria electrónica), España; IC Partners (Consulting), Finlandia; Asociación Italiana de Analistas Financieros, Italia; Lansforsakringar (banca/seguros), Suecia; Lindh Stabell Horten (Abogados/bufete de abogados), Dinamarca; Nord Data (intercambio de datos electrónicos), Dinamarca; Nordic Industrial Fund, Noruega; Asociación Noruega de Analistas Financieros, Noruega; Price WaterhouseCoopers (Consulting), España; Raisio Chemicals Ltd (industria química), Finlandia; Robotiker (centro tecnológico), España; Asociación Española de la Industria Eléctrica, España; Swedbank/ForeningsSparbanken (banca), Suecia; Telenor (telecomunicaciones), Noruega; Telia (telecomunicaciones), Suecia; Visual Communications, Noruega.

(*) Todas las referencias con esta marca fueron trabajos presentados en la conferencia internacional «La empresa transparente. El valor de los intangibles», Universidad Autónoma de Madrid, 25-26 de noviembre de 2002. Están disponibles en la Biblioteca del Conocimiento en la red virtual E*Know-net (www.eu-know.net)

(**) Todas las referencias con esta marca fueron presentaciones orales en la conferencia «La empresa transparente. El valor de los intangibles», Madrid, 25-26 de noviembre. Algunas de las diapositivas usadas por los oradores están disponibles en www.eu-know.net.

Notas

- 1 Este trabajo forma parte del proyecto E*KNOW-NET financiado por el programa STRATA de la Comisión Europea. Los autores están en deuda con Sarah O'Brien, ayudante de investigación en el proyecto E*Know-Net por su ayuda para realizar este trabajo y con todos sus colegas que aportaron comentarios a versiones anteriores de este trabajo, en particular los recibidos en la reunión anual 2003 de la American Accounting Association, donde se presentó.
- 2 Las líneas siguientes se basan principalmente en Sánchez (2002) y García-Ayuso (2002).
- 3 Tanto el proyecto MERITUM como el E*KNOW-NET fueron coordinados por los autores de este artículo desde la Universidad Autónoma de Madrid.
- 4 Mencionado por Viedma (2002) y Ordóñez de Pablos (2002).
- 5 Citado por Blanco *et al.* (2002).
- 6 Algunas de estas nuevas e interesantes iniciativas fueron presentadas y discutidas durante la conferencia. Los trabajos son (Bueno, Morcillo y Rodríguez, 2002), (Leitner, K.H., 2002), (Rodríguez Castellanos *et al.*, 2002), (Rodríguez, Merino *et al.*, 2002), (Sicard *et al.*, 2002), (Thorleifsdóttir, 2002) y (O'Reagan *et al.*, 2002).
- 7 Éste también es un resultado común de los estudios de casos hechos a través del proyecto MERITUM (MERITUM, 2002).
- 8 Los siguientes representantes de diferentes instituciones proporcionaron la perspectiva política: el ministerio español de Ciencia y Tecnología (Prof. Gonzalo León); la D.G. Enterprise (Sr. Pedro Ortún), la D.G. Research de la Comisión Europea (Sr. Mike Rogers); la OCDE (Sr. Reiner Geiger); un destacado estudioso, el Prof. Luc Soete, director de MERIT, y el director comercial de IASB, Sr. Kurt Ramin.
- 9 Algunas de las ideas de este punto están incluidas en García-Ayuso (2002) y se pueden ver en la página web de E*KNOW-NET (www.eu-know.net)