

# **Los activos intangibles: limitaciones en la contabilidad financiera y oportunidades en la contabilidad de gestión<sup>1</sup>**

MICHAEL TAYLES

Catedrático de Contabilidad y Finanzas, Hull University Business School

## **Resumen**

La problemática contable de los activos intangibles tiene un interés creciente. En este trabajo se exponen las limitaciones que tiene la contabilidad financiera para su medición y control. Debido a estas limitaciones se proponen alternativas de contabilidad de gestión para mejorar la medición y control de los intangibles.

## **Palabras clave**

Capital intelectual, Contabilidad de gestión, Contabilidad financiera, Cuadro de mando integral, Intangibles, NIC 38.

---

## **1. Introducción**

El mundo empresarial y la investigación académica han manifestado interés por contabilizar y gestionar el capital intelectual y los activos intangibles de una organización (Arthur, 1996). Esto conlleva implica-

ciones en varias áreas empresariales: en la contabilidad financiera respecto a la información publicada sobre la empresa; en las finanzas sobre su impacto en la creación de valor y, para la contabilidad de gestión, en cómo medir y gestionar estos recursos. La importancia de los activos intangibles en la generación de ventajas competitivas sostenibles dentro de la organización moderna debería interesar a todos los directivos.

Existen varios aspectos que originan este interés:

- Dado que el entorno económico cambia y que más empresas crean ventajas competitivas mediante su capital intelectual, la diferencia entre el valor de mercado de una empresa y el valor contable es cada vez más amplio.
- Muchos de los procedimientos adoptados para valorar los activos intangibles están arraigados en la «teneduría de libros» tradicional y ya no representan una explicación eficaz del impacto de estos activos sobre la rentabilidad o crecimiento de una empresa moderna.
- Con el aumento de la economía basada en el conocimiento, los activos intangibles de la empresa y su «capital intelectual» son las claves para alcanzar una ventaja competitiva sostenible, y no sólo la tecnología o los activos tangibles (James 1999).

Para conocer la contribución de los activos intangibles a los futuros beneficios de la empresa es necesario encontrar un método fiable para medir el activo intangible, y asimismo desarrollar índices que permitan prever mejor su potencial. En este artículo daré una sucinta visión general sobre la contabilización de los intangibles desde las perspectivas de la contabilidad financiera y de gestión. Después se examinará cómo estas áreas se relacionan entre ellas. No pretende ser normativo sino presentar varios temas que creo que estarán en las mentes de muchos contables en la próxima década.

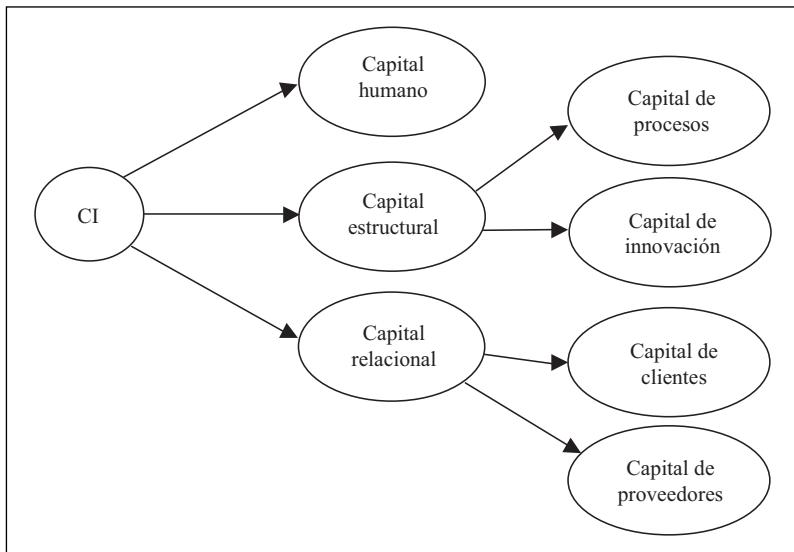
## **2. Definición de Capital Intelectual**

El Capital Intelectual se puede definir como las existencias totales de capital humano o de «capital basado en el conocimiento» que tiene una empresa. Para gestionar adecuadamente estos activos, las organizaciones deben ser capaces de clasificarlos, cuantificar su contribución al

valor de la organización, quizá comunicarlo de algún modo a los inversores, considerar en qué se parecen sus activos a los de sus competidores e identificar cómo apoyan sus objetivos estratégicos.

Para dar algunos detalles, se ha descrito el CI como el stock de capital humano, clientes y organización que existe en una empresa. Varios autores han clasificado los recursos empresariales intangibles. En algunas clasificaciones se sugiere que el CI se divide en capital humano, capital estructural y capital relacional (Roos *et al.*, 1997). Todos los autores tienden a estar de acuerdo en que el capital humano y el capital estructural son dos de los componentes del CI. El capital humano representa los recursos humanos, el activo que no es propiedad de las empresas. El capital estructural son los procesos, los procedimientos de la empresa, los activos internos que se crean y desarrollan a partir de los procesos y procedimientos llevados a cabo como, por ejemplo, las patentes, las marcas registradas o los derechos de propiedad intelectual. Algunos incluyen un tercer componente del CI, el capital relacional que se constituye por relaciones con los clientes, la fidelidad de los clientes y las marcas, así como la buena relación con los proveedores y su fiabilidad, competencia y confianza. Ello se ilustra en la fig. 1.

Figura 1. Dimensiones del CI.



### 3. La normativa contable

La contabilidad financiera presta poca atención a los activos intangibles o a la creación del futuro valor para el accionista. La Cuenta de Resultados resume el rendimiento histórico de la sociedad, y el Balance de Situación describe su activo neto (a menudo esencialmente material). Tampoco ayuda a conocer el potencial de futuros beneficios. Por ello, el balance de situación con frecuencia se parece poco a la valoración de mercado (Oppenheim, 1998). Por ejemplo, menos del 10% del valor de mercado de la Coca-Cola aparece en su balance de situación.

En los círculos contables financieros cada vez está más aceptado que el valor de las empresas se base principalmente en los activos intangibles (Guthrie, 2001). La profesión reconoce que actualmente los activos intangibles son los que colaboran en mayor medida a la creación de valor para el accionista. Tal y como se ha comentado, la normativa contable actual no refleja esta realidad. Además, existen límites a la medida en que la información financiera pueda cambiar su postura, ya que tiene otras responsabilidades importantes.

La comunidad inversora financiera también pide una nueva valoración de las técnicas contables aplicadas a estos impulsores de creación de valor (Holland, 2003). Por ejemplo, se ha afirmado que «el dinero inteligente invierte en activo intangible» pero que la mayoría de informes financieros no dan ninguna información que sea útil para esos sagaces inversores. Tanto en el Reino Unido como en muchos otros países, las Leyes de Sociedades Mercantiles hacen poco para reconocer la relativa importancia de los intangibles, y no van más allá de esbozar las disposiciones para el tratamiento del «fondo de comercio» genérico. Implícitamente distinguen entre fondo de comercio adquirido y fondo de comercio inherente y, esencialmente, no existe ninguna disposición relativa a la inclusión del fondo de comercio inherente como un activo en el balance de situación. Hasta la reciente clarificación de legislación, las disposiciones permitían que el fondo de comercio fuera cancelado inmediatamente con cargo a reservas, o que figurara en el balance de situación y se amortizara durante su vida útil. No se reconocía ningún fondo de comercio no adquirido.

Dos novedades importantes en los estándares contables relativos a los activos intangibles son la FRS10 (Reino Unido) y la NIC 38 (Norma Contable Internacional).

### 3.1. La NIC 38

La NIC 38, Activos Intangibles, es de aplicación a todos los activos intangibles no tratados en ninguna otra NIC/NIIF. Se aplica, entre otras cosas, a los gastos de:

- publicidad,
- formación,
- puesta en funcionamiento, y
- actividades de investigación y desarrollo (I+D).

Las características principales de la NIC 38 son que los activos intangibles deberían reconocerse inicialmente, al coste, en los estados financieros, si, y sólo si:

- el activo cumple la definición de activo intangible. Concretamente, debería haber un activo identificable que esté controlado y se distinga claramente de un fondo de comercio de empresa;
- es probable que los beneficios económicos futuros que sean atribuibles al activo fluyan hacia la empresa; y
- el coste del activo se puede medir de modo fiable.

Si un elemento del intangible no cumple a la vez la definición y el criterio de reconocimiento, como activo intangible, la NIC 38 requiere que el coste sobre este elemento se reconozca como gasto cuando se incurra en él. No se permite a las empresas incluir este gasto en el coste de un activo intangible en una fecha posterior. El mismo tratamiento se aplica a los costes de puesta en funcionamiento, a los costes de formación y a los costes de publicidad. La NIC 38 también prohíbe específicamente el reconocimiento como activo de fondo de comercio generado internamente, marcas, cabeceras, títulos de edición, listas de clientes y elementos sustancialmente similares. Sin embargo, algún gasto de desarrollo puede dar lugar al reconocimiento de un activo intangible (por ejemplo, algún software informático desarrollado internamente).

Después de su reconocimiento inicial en los estados financieros, el activo intangible debe medirse conforme a uno de los dos tratamientos siguientes:

- tratamiento de punto de referencia: coste histórico menos las amortizaciones y pérdidas por deterioro patrimonial; o
- tratamiento alternativo permitido: importe revaluado (basado en el valor razonable) menos la amortización y pérdidas por deterioro patrimonial posteriores.

La principal diferencia del tratamiento para revalorizaciones de los activos tangibles conforme a la NIC 16 es que las revalorizaciones de los activos intangibles se autorizan sólo si se puede determinar el valor razonable mediante una referencia a un mercado activo. Se supone que no habrá muchos mercados de activos intangibles.

Por otro lado, la NIC 38 no permite la amortización sistemática del fondo de comercio, ya que se considera que tiene una vida útil ilimitada, aunque deberá realizarse anualmente un test de deterioro. En ningún caso un deterioro del fondo de comercio será reversible. Esta medida es sin duda un paso en la dirección correcta aunque no ofrece una solución completa, en el sentido de que aún no se tiene totalmente en cuenta la medición de intangibles desarrollados internamente.

Las revelaciones requeridas sobre los activos intangibles permitirán a los usuarios entender, entre otras cosas, los tipos de activos intangibles que estén reconocidos en los estados financieros y los movimientos en su valor en libros (valor contable) durante el ejercicio.

La NIC 38 también distingue entre las actividades de investigación y desarrollo. Los costes derivados de actividades de investigación deberán ser contabilizados como un gasto, mientras que los de desarrollo deberán capitalizarse si se cumplen determinadas condiciones.

Algunos tipos de intangibles, como la formación, tampoco están reconocidos y, además, los elementos que se incluyen están valorados de acuerdo con su coste de adquisición en lugar del beneficio que aportarán a la firma. Sin embargo, dadas las otras exigencias sobre información financiera y los conceptos y convenciones que deben observar es posible que no vayan más lejos.

### ***3.2. ¿Un nuevo estado contable?***

Algunos autores afirman que es una buena ocasión para crear un nuevo estado financiero que informe sobre el capital intelectual, y sugieren que los métodos contables actuales no representan los activos de

una empresa, ya que el balance de situación sólo muestra una parte de los activos (Batchelor 1999).

En la práctica, algunas empresas confeccionan estados adicionales globales de Capital Intelectual y Activos Intangibles. Por ejemplo, Skandia Insurance Company ha publicado dichos suplementos desde 1994, documentando tanto los activos intelectuales como los no intelectuales tales como la competencia de los empleados, los procesos de trabajo y las marcas comerciales. También cita una serie de índices que indican la «capacidad de renovación y desarrollo».

Existen algunos argumentos convincentes para que las empresas adopten los nuevos procedimientos contables para sus activos intangibles. En el Reino Unido muchas de las principales organizaciones están aplicando los principios del FRS 10 a sus informes provisionales y realmente mejoran sus cifras internas, así como los estados financieros publicados. Aunque lo que hacen público de sus datos internos está obviamente limitado en algunos casos porque pueden considerar que amenaza sus ventajas competitivas.

Los extractos habituales de cuentas hechas públicas en los últimos años indican que Cadbury-Schweppes capitaliza intangibles adquiridos y revisa valores cada año, para cancelarlos si se produce un deterioro patrimonial. Zeneca capitaliza el fondo de comercio generado por las adquisiciones, y realiza un cargo por amortización durante su vida estimada. En línea con el FRS 10, ésta es considerablemente menor que las duraciones de vida asignadas por el competidor SmithKline Beecham, que típicamente ha estado justificando la amortización durante 40 años.

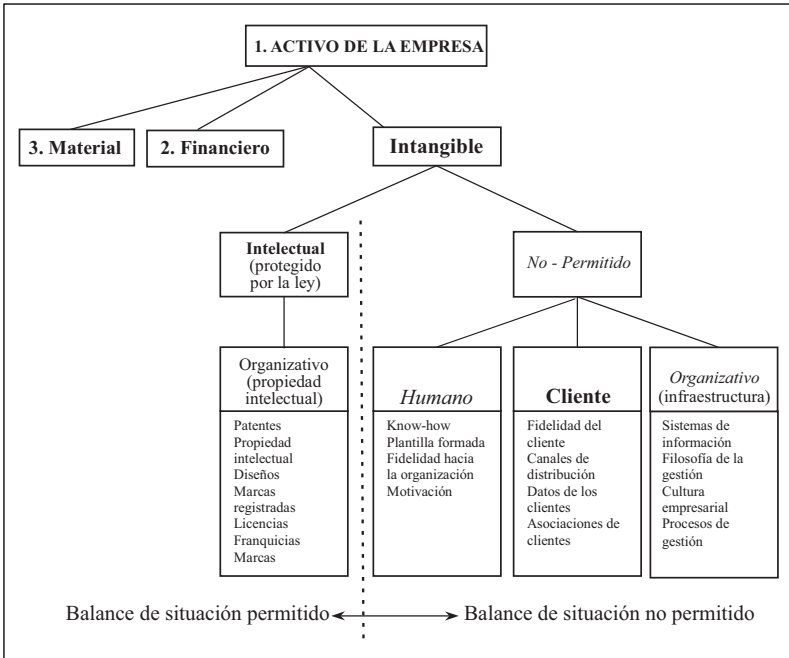
Un ejemplo de una empresa cuyo valor está principalmente sostenido por intangibles es la especialista en software Kewill Systems. Dado que no poseía ningún método fiable para medir el valor o los probables beneficios residuales en sus intangibles, se vio obligada a aplicar una vida económica muy reducida y a amortizar a un valor residual de cero. Ello ha tenido un efecto considerable en el modo en que la empresa puede ahora declarar su Beneficio por Acción, el cual tiene claramente un impacto sobre su futura estrategia y ofertas al mercado. Con un procedimiento fiable para valorar sus activos primarios, se podría haber cumplido el estricto criterio de medición a efectos de las pruebas de deterioro patrimonial anual. Esta tarea se hubiera podido realizar con mucha más facilidad si se hubiera contado con los procedimientos de contabilidad de gestión adecuados para tratar con los intangibles.

Para demostrar el reto que puede suponer para la información financiera legal, algunas de las valoraciones de Intangibles, véase en la figura 2, un modelo de clasificación de activos, que es una transposición aproximada de las dimensiones del capital intelectual de la figura 1 al contenido del balance de situación convencional que indica lo que está permitido en el balance de situación y lo que no lo está (Tayles *et al.*, 2002).

EJEMPLO 1: FABRICACIÓN VIRTUAL

En un trabajo reciente con empresas fabricantes, se comprobó la gran diferencia de estructura y rendimiento entre las empresas que realizaban una fabricación convencional y las que operaban en un entorno virtual o semivirtual. Naturalmente, los balances de situación de las empresas eran muy distintos, unas invertían intensamente en activo material mientras que las otras lo hacían en menor medida. La manera de tra-

Figura 2. Modelo de clasificación de activos.





bajar y la flexibilidad en el trabajo también eran distintas. El fabricante convencional tenía unos sistemas de planificación más rígidos, en algún caso ligados a planes formales a largo plazo, y mantenía existencias tanto de materias primas como de productos acabados o semiacabados, etc., Cuanto más virtual era el fabricante, menos existencias tenía, en algunos casos ninguna porque todo se basaba en subcontratistas. Los fabricantes virtuales tenían sistemas de planificación menos rígidos, eran más ágiles en sus actividades y confiaban profundamente en buenas relaciones a largo plazo tanto con los clientes como con los proveedores. Trabajaban mucho con sus bases de datos de competencias del proveedor y favorecían la compatibilidad del trabajo que emprendían.

No es de extrañar que las cuentas financieras y la rentabilidad de las empresas, cuando se interpretaban en términos convencionales, parecieran muy distintas. El fabricante convencional mostraba una Rentabilidad del Capital Utilizado media del 8%. En cambio, el fabricante virtual mostraba una Rentabilidad del Capital Utilizado del 59% para el periodo en cuestión. Haciendo unos cálculos aproximados el fabricante convencional tenía casi 20 veces los activos materiales del fabricante virtual, pero sólo una décima parte de activos intangibles o de capital intelectual.

#### **4. Aplicación estratégica en contabilidad de gestión**

El amplio reconocimiento del valor del capital intelectual de una empresa ha tenido un impacto en el modo en que se confeccionan los estados financieros. Los argumentos a favor de un nuevo tipo de estado financiero que informe sobre los activos intangibles pueden ser contundentes, pero seguramente dónde podrá tener un impacto considerable será en las cifras de gestión interna que efectúan las mediciones para definir y cuantificar el rol del capital intelectual.

Cuando los elementos de capital intelectual constituyen la ventaja competitiva de la empresa, la contabilidad de gestión estratégica proporciona un punto de apoyo crítico: en el apalancamiento financiero de esos activos; ayudando a la creación de valor y, posteriormente, fortaleciendo la estrategia competitiva y la rentabilidad de la empresa. Incorporar datos e información del entorno empresarial puede proporcionar a los empresarios los índices de control y medición necesarios para la solución de los problemas diarios, y asimismo proporcionar los mecanismos de predicción útiles para ser usados a nivel de planificación estratégica.

Se ha demostrado que la información no financiera es igualmente valiosa en la implantación de la estrategia empresarial. Es por ello que el responsable de la contabilidad de gestión debe trabajar actualmente con otras disciplinas de gestión especializadas en la recogida y análisis de datos, de tipo financiero y no financiero, en lugar de trabajar solamente con la la generación de datos financieros. El reto reside en diseñar un sistema de procedimientos contables alineados con la estrategia de la empresa.

El secreto de este objetivo primario de creación de valor está en entender el valor en las transferencias de conocimiento y, por ello, cómo se pueden dirigir mejor los negocios para aumentar la suma global de capital intelectual (Booth 1998).

Para que la contabilidad de gestión tenga un valor estratégico real, debe ser posible identificar y valorar, con cierta precisión, los elementos que componen el capital intelectual genérico de la empresa. Una manera de participar en el desarrollo de las cifras financieras adecuadas es mediante el Cuadro de Mando Integral.

## 5. El Cuadro de Mando Integral (CMI)

El Cuadro de Mando fue propuesto por Kaplan & Norton en una serie de tres artículos publicados en la Revista Empresarial de Harvard. El CMI constituyó una base para establecer «medidas que conducen el rendimiento» utilizando elementos no financieros en lugar de solamente elementos financieros (Marr *et al.* 2004). Luego se observó que estas medidas deberían establecerse para reflejar la estrategia de la organización, es decir, hacer operativa la misión de la organización. Se reconoció que el CMI se originó debido a que las medidas financieras por sí mismas eran indicadores de rentabilidad que se quedaban rezagados. El CMI pretendía incorporar otros indicadores que posibilitarían emprender acciones correctivas antes de que las finanzas se vieran afectadas.

El Cuadro de Mando Integral es ampliamente conocido y se realiza utilizando cuatro grupos de medidas (ver figura 3). Éstas representan:

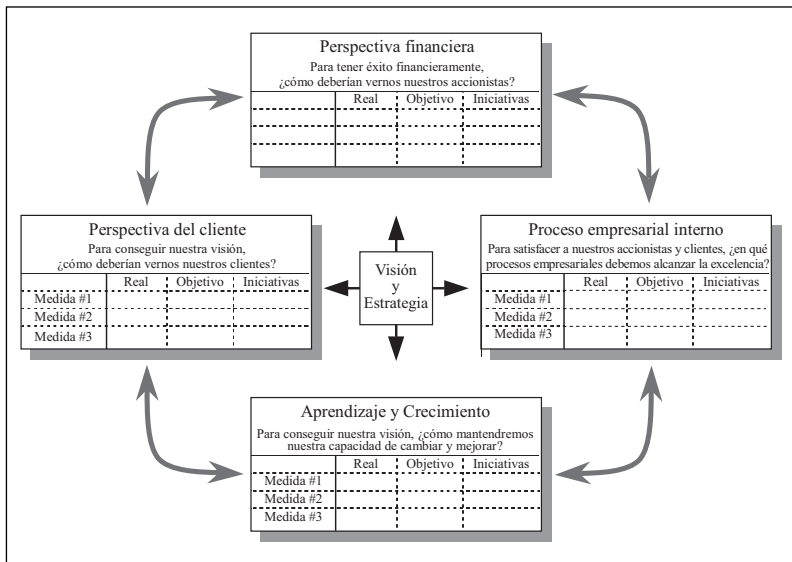
- los intereses del accionista *provenientes de:*
- la perspectiva del cliente externo *y:*
- los procedimientos empresariales internos *ambos influidos por:*
- la capacidad de aprender y mejorar de la empresa

Sin embargo, éstas son sólo agrupaciones genéricas. De forma ideal, los indicadores deben ser incluidos en una relación de causa y efecto (Bontis *et al.* 1999). Aunque Kaplan y Norton no relacionaron originalmente y explícitamente el Cuadro de Mando Integral con el capital intelectual y los activos intangibles, varios de sus aspectos reconocen su importancia, por ejemplo la orientación hacia el «cliente», «proceso» y «aprendizaje y crecimiento» o innovación tienen todos elementos de capital intelectual – aspectos relacionales, estructurales y humanos respectivamente. No hay duda de que estamos un poco lejos de generar la información financiera relacionada con ello, incluso aproximadamente, para uso interno. Pero no existe ninguna razón para que un académico no reclame que ello se tenga en cuenta.

EJEMPLO 2: LA EMPRESA DE SERVICIOS MODERNA

Respecto a las empresas basadas en el conocimiento, es evidente que el énfasis ha pasado de estar en «*lo que poseemos*» a «*lo que sabemos*» y el intento de cuantificar el activo intangible constituye a la vez un reto estratégico y una actividad que añade valor. El sector servicios,

Figura 3. Las cuatro perspectivas del Cuadro de Mando Integral.



que consta de considerable capital humano, sigue creciendo en el Reino Unido y en muchos otros lugares del mundo; la necesidad de poder medir eficazmente el valor de las personas y el conocimiento se ha convertido en un aspecto apremiante. Las empresas con mayor éxito en el sector servicios demuestran ser capaces de utilizar su capital intelectual más eficazmente que sus competidoras y de invertir en mejoras continuas en estas áreas.

Existen varias razones por las que una empresa de servicios podría desear implementar un mecanismo para medir los activos intangibles. Ello podría ser necesario de modo regular a efectos de planificación estratégica, o bien la necesidad puede presentarse a consecuencia de un cambio importante dentro de la organización, por ejemplo:

- Valoración de organización – en el caso de una inminente enajenación empresarial, para conseguir fondos adicionales, deshacer fusiones, o entender el crecimiento o debilitamiento del negocio sobre la base de la especificidad del activo en lugar de en los beneficios.
- Evaluar la rentabilidad de la inversión – cuantificar los beneficios de las inversiones en el «soft» y en el «hard» tales como la formación y el desarrollo: inversiones en tecnología –v– inversiones en personas.
- Planificación futura – ¿crean los activos más costosos o valiosos las competencias básicas y la ventaja competitiva futura de la organización?

El marco de capital humano, estructural y relacional es útil para la clasificación de los activos intangibles, pero no refleja el flujo de capital intelectual en una organización o la generación de rentabilidad, por ejemplo. Hemos demostrado previamente que la comprensión del valor en transferencias de conocimientos se puede utilizar para influir en la suma total de capital intelectual en una organización.

El sector de las telecomunicaciones en el Reino Unido y en cualquier lugar es muy competitivo actualmente. Esta fuerza competitiva puede conducir a la aceleración en la introducción de medidas adecuadas que permitan a las organizaciones cuantificar el valor tanto de los clientes como de los empleados. El gigante de telecomunicaciones de los EEUU, GTE, ha sido el primero en implementar una versión del Cuadro de Mando Integral utilizando indicadores no financieros para

evaluar la actuación de sus empleados y hasta cierto punto su valor. En el Reino Unido, BT también se halla en proceso de experimentar el uso del Cuadro de Mando Integral en algunos de sus centros de atención telefónica: lo hace en respuesta al tamaño del sector y a la amplitud de la competencia.

## **6. Métodos de valoración**

Se han establecido distintos enfoques y herramientas que pretenden ayudar al empresario a medir estos activos intangibles y a comprender su valor para la empresa. El enfoque más sencillo es la valoración de un activo aislado, es decir, definir el activo intangible y, utilizando la más conveniente de entre varias técnicas de valoración, asignarle un margen de valoración. Podría publicarse esta información en un suplemento del informe anual, como ayuda para los analistas, accionistas y otros inversores. Pero naturalmente, ello es subjetivo, es contrario a los estándares de información y no es probable que se implemente en un futuro próximo, si es que llega a hacerse. No obstante, estos valores podrían utilizarse como base para las negociaciones de la empresa o para su uso en la gestión interna.

Estos ejemplos se refieren a cada activo intangible individualmente. Sin embargo, es difícil repartir beneficios si, por ejemplo, el intangible se solapa, y existe sinergia entre varios intangibles (Dzinkowski 1999). A la inversa, existe el riesgo de que la firma se infravalore, bien a causa de la omisión de ciertos intangibles, o bien a causa de no reconocer los efectos de sinergia entre intangibles.

Una alternativa es medir el valor de los intangibles de una firma en su totalidad, lo que puede implicar utilizar o hacer referencia a una valoración de mercado. Es decir, se trata de calcular el valor de los intangibles como la diferencia entre la valoración de mercado de la firma y su valor contable. Éste es un concepto sencillo, pero afirmar que el valor de los intangibles es la diferencia completa es exagerar la situación, ya que como mínimo algunos serán imputables a las ganancias potenciales de los activos materiales. También es una medición completamente volátil debido a que está a merced de las fluctuaciones del precio de la acción. Durante la época de finales de los 90, en que se registraron altos precios de las acciones en el Reino Unido, los valores de las empresas y por consiguiente de los intangibles estaban muy altos. Más reciente-

mente los valores del mercado de acciones se han moderado y con ellos los valores intangibles aparentes.

En los EEUU, Baruch Lev, profesor de contabilidad y finanzas de la Escuela de Estudios Empresariales de la Universidad de Nueva York, propuso un Cuadro de Mando del Conocimiento, que pretende obtener el Valor Actual Neto de los activos intangibles (Mintz 2000). Es una metodología para que la utilicen los analistas o los directores de empresas y no cuenta con ninguna base para la información financiera. Empieza promediando las ganancias históricas y previstas de una empresa. Entonces se calcula el rendimiento teórico de los activos no intangibles, es decir imputando un nivel de beneficios a partir del uso de activos materiales convencionales asociados al sector de la industria. Por ello, las ganancias que no se tienen en cuenta se supone que son atribuibles a activos intangibles; Lev las denomina Ganancias del Capital del Conocimiento (KCE). Aplicando un nivel de rendimiento esperado sobre los activos intelectuales o del conocimiento, puede determinarse el valor del Capital Intelectual o del Conocimiento. Naturalmente, para ser válidos, los datos deben basarse en tipos de rentabilidad lógicos validados durante varios años, pero las grandes empresas o las instituciones investigadoras tienen los recursos para manejar esa información.

## **7. Conclusión**

Como puede verse, no existe una manera clara de valorar los activos intangibles a parte de la diferencia entre la valoración de mercado de la firma y sus activos netos. Además, existe la opinión de que es tarea del mercado determinar el valor de mercado de una empresa, y que, por ello, no debe modificarse el balance de situación para incluir en él otra información que no sea la información financiera objetiva. Hay que decir que muchos estarían de acuerdo con esta idea: los FRS 10/ IAS 38 han ido probablemente todo lo lejos que ha sido necesario en lo que se refiere a tipos «negociables» de activos intangibles dentro de los objetivos de un balance de situación convencional.

Su utilidad es mucho mayor prestando atención a los activos intangibles con fines de gestión interna.

Los datos financieros y no financieros también pueden ser utilizados como punto de referencia, interna y externamente. Ello no quiere decir que dicha información podría o debería ser publicada, en realidad

puede ser información confidencial clave para la ventaja competitiva de la organización. Es posible que los valores aplicables no sean de larga duración, que sean transitorios, dado que la tecnología puede avanzar y los valores pueden cambiar. Sin embargo, los intentos para dar un valor periódico a los intangibles y al capital intelectual son útiles porque la dirección puede querer saber si están invirtiendo y haciendo aportaciones a su «capital basado en el conocimiento» o si lo están malgastando. Sólo con esta percepción se podrá realmente tomar decisiones y añadir valor a su organización.

Con las normas actuales que regulan la información financiera obligatoria no es probable que estos valores se hagan públicos y se auditen. Ello contribuirá a que el inversor o el analista acudan a otras fuentes a partir de las cuales se pueden aportar valores a las organizaciones. Está por ver si la dirección informa de ello o si es independiente de la dirección, sin embargo podemos estar seguros de que las empresas que miden correctamente sus intangibles disfrutarán de enormes ventajas competitivas.

## Referencias bibliográficas

- ARTHUR, W.B. (1996): «Increasing returns and the new world of business», *Harvard Business Review*, Julio-Agosto, págs. 100-109.
- BATCHELOR, A. (1999): «Is the balance sheet outdated?» *Accountancy*, vol. 123, Issue 1266, 84.
- BONTIS, N. DRAGONETTI, N.C. JACOBSEN, K. y ROOS, G. (1999): «The knowledge toolbox: A review of the tools available to measure and manage intangible resources», *European Management Journal*, vol. 17, n.º 4, págs. 391-402.
- BOOTH, R. (1998): «The measurement of intellectual capital» *Management Accounting*, vol. 76, n.º 10, págs. 26-28.
- DZINKOWSKI, R. (2000): «The measurement and management of intellectual capital», *Management Accounting* vol 78, n.º 3, págs. 34-37.
- JAMES, D. (1999): «Accounting for the net: Beyond the balance sheet», *Australian CPA*, vol. 69, n.º 11, págs. 22-23.
- GUTHRIE, J. (2000): *The management, measurement and the reporting of intellectual capital*, CIMA. 2001.
- HOLLAND, J. (2003): «Intellectual capital and the capital market— or-

- ganisation and competence», *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, vol.16, n.º 1, págs. 39-48.
- MARR, B., SCHIUMA, G. y NEELY, A. (2004): «The Dynamics of Value Creation: Mapping Your Intellectual Performance Drives», *Journal of Intellectual Capital* 5(2): págs. 312-325.
- MINTZ, S.L. (2000): «The second annual knowledge capital scorecard: a knowing glance», *CFO Magazine*, Feb.
- OPPENHEIM, C. (1998): «Valuing information assets in British companies», *Business Information Review*, vol. 15, n.º 4, págs. 209-214.
- ROOS, G. ROOS, J. DRAGONETTI, N.C. i EDVINSSON, L. (1997): «*Intellectual capital: navigating in the new business landscape*», Basingstoke: Macmillan.
- TAYLES, M., BRAMLEY, A., ADSHEAD, N., i FARR, J. (2002): «Dealing with the management of intellectual capital: the potential role of strategic management accounting», *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 15(2), págs. 251-267.

## Notas

- <sup>1</sup> Agradecimientos a Andrew Bramley (Universidad de Warwick), Jon Simon (Universidad de Hull) y Margaret Webster y David Sugden (Universidad de Bradford) por contribuir al desarrollo de los puntos de vista aquí expuestos.