



Cristina Marta Carazay
Analía Raquel Fernández
María Susana Nannini
Diana Suardi

Instituto de Investigaciones Teóricas y Aplicadas, Escuela de Contabilidad.

EL CAPITAL INTELECTUAL Y LA LLAVE DE NEGOCIO: UN ANÁLISIS COMPARATIVO.

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas se ha producido un cambio muy importante en relación a los factores generadores de beneficios en las empresas. Durante muchos años la economía se basó en la producción, bajo este paradigma los activos físicos constituyeron la principal fuente generadora de recursos. Actualmente, en cambio, estamos inmersos en una economía basada en el conocimiento y ante esta nueva perspectiva, los activos intangibles cobran una inusitada relevancia en el proceso de creación de valor de las empresas. Mayor aún es el auge de los activos intangibles si se tiene en cuenta la revolución que se ha producido en materia de comunicaciones, lo que ha permitido a los entes acceder al extraordinario poder que representa tener a su alcance la información adecuada en el momento preciso. Esto ha creado un nuevo ámbito para el mundo de los negocios y como gran novedad han aparecido las llamadas "empresas virtuales", en las cuales el activo "no se ve", pero las inversiones son grandes y la posibilidad de generar recursos aún mayores.

En el marco de esta nueva visión de la economía ha cobrado importancia una nueva expresión: "el capital intelectual" y pareciera que se trata de un nuevo elemento que se presenta como un desafío para la contabilidad tradicional. Ahora bien: ¿Se trata en realidad de un nuevo elemento que aparece en las empresas?, ¿por qué se afirma que es un desafío para la contabilidad tradicional?

2. CONCEPTOS Y ELEMENTOS

2.1. El capital intelectual

Para responder a estos interrogantes es necesario, en primer lugar, intentar buscar una conceptualización de esta nueva expresión. Existe coincidencia en la doctrina en que el capital intelectual está compuesto por un conjunto de elementos de naturaleza inmaterial que son imprescindibles para el desenvolvimiento de la empresa en un contexto como el actual basado en una economía del conocimiento. Brooking, autor citado en un artículo publicado por el Boletín AECA N° 49¹, establece los siguientes componentes del capital intelectual:

- Activos de mercado

¹ Sierra Fernández, Monserrat. "¿Hacia una nueva contabilidad?. Contabilidad del capital intelectual". Artículo publicado en Tribuna de opinión por el Boletín de la Asociación Española de Contabilidad y Auditoría N° 49 . pág. 43.



Comprenden marcas, denominación social de la empresa, fidelidad de la clientela, repetibilidad del negocio, reserva de pedidos, canales de distribución, licencias y franquicias. En definitiva, son elementos que proporcionan a la empresa una ventaja competitiva en el mercado.

Activos de propiedad intelectual

Incluyen elementos como el saber hacer de la empresa, secretos de fabricación, derechos de autor, patentes, derechos de diseño y marcas de fábrica y servicios.

Activos de infraestructura

Comprenden elementos que definen la forma de trabajo en la organización: filosofía de gestión, cultura corporativa, procesos de gestión, tecnología de la información, sistemas de interconexión y relaciones financieras.

Activos centrados en el individuo

Incluyen elementos tales como nivel de estudios alcanzado, cualificaciones profesionales, conocimientos técnicos asociados con el trabajo, evaluación ocupacional, psicometría y competencias asociadas con el trabajo.

Estos elementos, a diferencia de los activos de mercado, de propiedad intelectual y de infraestructura, no pueden ser propiedad de la empresa.

El estudio 7 del IFAC titulado "La medición y gerenciamiento del Capital Intelectual: una introducción"², reconoce que los modelos desarrollados hasta el presente por la doctrina internacional coinciden en que el capital intelectual se puede conceptualizar como la suma de tres componentes que se interrelacionan para la formación de valor:

a) El capital humano. Forman parte de él las habilidades, educación, calificación personal, conocimientos relativos al trabajo, tasa ocupacional, tasa psicométrica, capacidades relacionadas con el trabajo, empuje empresarial, habilidades de acción y reacción para las innovaciones, flexibilidad.

b) El capital clientela: Formado por las marcas de fábrica, los clientes, la lealtad de los clientes, los nombres de la compañía, la acumulación de pedidos, los canales de distribución, las colaboraciones de negocios, los acuerdos de licencias, los contratos favorables, los acuerdos de franchising.

c) El capital organizacional (estructural): Dividido a la vez en:

- Propiedad intelectual: conformado por patentes, derechos de edición, derechos de diseño, fórmulas secretas, marcas comerciales, marcas de servicios.

- Infraestructura de activos: donde se consideran la filosofía de gerenciamiento, la cultura cooperativa, los procesos de gerenciamiento, los sistemas de información, los sistemas de redes de trabajo, las relaciones financieras.

Estos mismos elementos son mencionados por Leandro Cañibano³, quien se refiere al capital humano como "los recursos humanos y los temas que los afectan: relaciones entre la empresa y sus empleados, motivación en el trabajo, adhesión a la política y los objetivos globales de la compañía, formación, flexibilidad... en suma cuantos factores inciden en el funcionamiento eficaz de un equipo de personas". Con respecto al capital clientela, denominado por este autor capital relacional, expresa que es el que "tiene que ver con la clientela, lealtad y satisfacción de los clientes, relaciones y acuerdos de distribución, franquicias, licencias, etc." Finalmente el

2 IFAC (International Federation of Accountants) Estudio 7. "The measurement and management of Intellectual Capital: An Introduction". EEUU. Septiembre de 1998

3 Entrevista a Leandro Cañibano, "Nuevos desafíos de la contabilidad ante el siglo XXI". Publicada en el Boletín AECA N° 50. Pag. 42



capital organizacional es definido por Cañibano como todo lo referente a "los procesos y la tecnología, a cómo la organización convierte en rutinas el conocimiento aportado por los empleados, a lo que queda dentro de la empresa cuando finaliza la jornada de trabajo y dichos empleados vuelven a sus casas, a la capacidad de la propia organización para innovar y aprender".

En base a lo analizado es posible establecer concordancias entre la propuesta de Brooking y la tomada por el estudio 7 del IFAC al intentar delinear al "capital intelectual". Así los Activos de mercado de Brooking no son más que el Capital Clientela del estudio 7 del IFAC; los Activos de Propiedad Intelectual y de Infraestructura de Brooking están contemplados dentro del Capital Organizacional del IFAC y finalmente los Activos centrados en el individuo del primer autor equivalen al Capital Humano de la segunda conceptualización.

Hasta ahora se ha intentado establecer qué elementos integran esta expresión que parece haberse puesto tan de moda en los últimos tiempos: "capital intelectual". Sin duda se trata activos intangibles imprescindibles para la creación de valor en las empresas y que le otorgan a las mismas ventajas comparativas en relación con otras.

Ahora bien esta definición no es acaso el mismo concepto de "valor llave"?

2.2. La llave de negocio

Héctor Bértora⁴, al referirse a la "llave de negocio", expresa: "Las posibilidades que brindan los negocios apuntalados por una buena publicidad, que promueve ventas y atrae al consumidor; la lucha por conquistar empresas de prestigio, afianzadas a base de tacto y trato honesto; el deseo de lograr un nombre comercial o una marca ya existente de ponderable valor, sin dispersión de fuerzas ni pérdidas de tiempo; el afán de obtener una ubicación excepcional que asegure abundante clientela (permanente o accidental); la ansiedad por conseguir un negocio que brinde utilidades por encima de lo normal; constituyen algunas de las causas generadoras del valor inmaterial, oculto en el activo de la empresa pero inmanente en ella como promesa de futuro lucro".

En el trabajo "La llave de negocio en los estados contables"⁵ las autoras expresan: "La empresa es un ente que realiza actividades económicas con la principal finalidad de obtener ganancias razonables, actuando como un organismo coordinador de los factores de producción: naturaleza, trabajo y capital. La empresa en funcionamiento es todo organismo económico cuya existencia temporal tiene plena vigencia y proyección futura.

Una vez en marcha y en la medida en que esa empresa se vaya afianzando en el mercado en el que se desenvuelve pueden concurrir otros factores, algunos de carácter interno, otros de carácter externo, que generan valor agregado a esa finalidad primaria de obtener ganancias razonables, otorgándole al ente ventajas comparativas con relación a otros. Esta ventaja comparativa, que le imprime a la empresa capacidad para obtener mayores utilidades, es la que permite definir al Valor Llave".

¿Cuáles son esos factores?. Bértora⁶ menciona como los más importantes a los siguientes:

4 Bértora, Héctor. "Llave de negocio". Ediciones Macchi – López -3ra edición – Bs.As. 1975. Pág 17

5 Carazay, C.; Fernández, A.; Nannini, M.S. y Suardi, D. "La llave de negocio en los estados contables". Revista Desarrollo y Gestión. Errepar. Julio 2000 N° 10. Pág 895

6 ibidem 4 – pág. 25



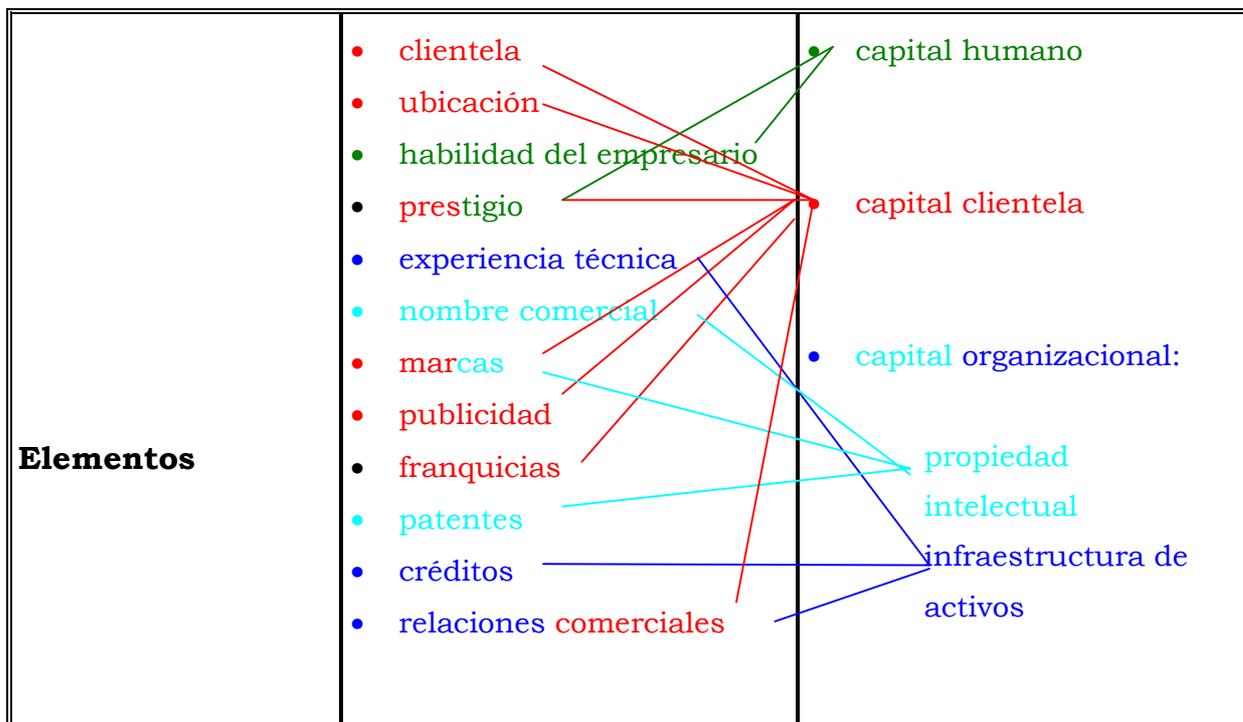
- clientela
- ubicación
- habilidad del empresario
- prestigio
- experiencia técnica
- nombre comercial
- marcas
- publicidad
- franquicias
- patentes
- créditos
- relaciones comerciales

y establece expresamente que la enumeración es simplemente enunciativa.

La concepción de llave de negocio de Bértora responde a una época en que los entes económicos por lo general adoptaban la forma de una organización familiar o bien eran negocios unipersonales. Actualmente las empresas se desenvuelven en un entorno caracterizado por nuevos sistemas de información y comunicación, apertura de relaciones económicas, creación de nuevos espacios regionales, desarrollo del mercado de capitales. Esta nueva concepción torna comprensible el novedoso enfoque que se ha dado a los elementos que contribuyen a la generación de valor agregado (capital intelectual), pero que en esencia no es más que un agiornamiento de los factores que tradicionalmente se han reconocido como integrantes del valor llave.

2.3. Análisis comparativo

Puede observarse a través del cuadro siguiente que no hay casi diferencia entre los elementos que sirven para conceptualizar a la "llave de negocio" y al "capital intelectual", simplemente los factores que determinan a este último responden más adecuadamente al contexto en el que se desenvuelven en la actualidad las empresas, caracterizado fundamentalmente por una economía basada en el conocimiento



3. EL DESAFÍO DE LA CONTABILIDAD

El segundo interrogante planteado al comienzo del trabajo presenta al capital intelectual como un desafío para la contabilidad. Habiendo establecido la similitud conceptual entre capital intelectual y llave de negocio, el desafío planteado es el mismo que alguna vez llevó a la doctrina a intentar plasmar a la llave de negocio autogenerada en los estados financieros. Hoy, al haber cobrado los intangibles una mayor relevancia, se torna cada vez más imprescindible poseer información relativa a los mismos para la toma de decisiones.

En el marco de la normativa vigente, tanto a nivel nacional como internacional, no existe posibilidad de reconocimiento contable de estos activos intangibles autogenerados por el ente.

Las normas contables nacionales vigentes no se explayan demasiado acerca de los Intangibles, pero la Resolución Técnica N° 10 de la F.A.C.P.C.E. es muy clara en esta cuestión al establecer: "No resultan admisibles los valores intangibles autogenerados, como el valor llave del propio ente"

Para que un recurso pueda ser reconocido contablemente como Activo, el Marco de Conceptos del IASC⁷, requiere que el mismo reúna los siguientes requisitos:

- a) el bien debe brindar al ente futuros beneficios que se espera fluyan hacia la empresa;
- b) el acceso a los beneficios que produce debe estar bajo control del ente;
- c) el control sobre los beneficios que produce el bien debe haberse originado en una transacción o hecho ocurrido con anterioridad;
- d) la partida tiene que tener un costo o valor que pueda ser medido en forma confiable.

⁷ International Accounting Standards Committee, "Marco de conceptos".



La NIC N° 38 del IASC⁸, que define al activo intangible como "un activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física, que se posee para ser utilizado en la producción o suministro de bienes y servicios, para ser arrendado a terceros o para funciones relacionadas con la administración de la entidad", establece que procede su reconocimiento contable si "a) es probable que los beneficios económicos futuros que se han atribuido al mismo lleguen a la empresa, y b) el costo del activo puede ser medido de forma fiable".

En síntesis, para la norma internacional, para que un activo intangible sea reconocido contablemente debe cumplir con los elementos de la definición de activo intangible, esto es, identificabilidad, control sobre el recurso en cuestión y existencia de beneficios económicos futuros y además, ser factible de cuantificar en forma razonable.

En razón de lo analizado varias son las dificultades para encuadrar a los intangibles objeto de este estudio en la contabilidad financiera.

La primera es la identificabilidad, ya que para el cumplimiento de este requisito será menester que el ente pueda identificar los beneficios económicos que deriven del mismo.

El segundo inconveniente se refiere a la posibilidad de ejercer control sobre los beneficios que estos intangibles generen. En la NIC 38, con respecto a este ítem se expresa: "Una empresa puede poseer un equipo de personas capaces, de manera que pueda identificar posibilidades de mejorar su nivel de competencia mediante la formación especializada, cuyo desembolso producirá beneficios económicos en el futuro. La empresa puede también esperar que su plantilla continúe prestando sus servicios dentro de la entidad. Sin embargo, normalmente la empresa tendrá un control insuficiente, sobre los beneficios futuros esperados que pueda producir un equipo de empleados con mayor especialización, como para poder considerar que los importes dedicados a la formación cumplen la definición de activo intangible". Otro párrafo de la misma norma evidencia también la dificultad al expresar: "La empresa puede tener una cartera de clientes, o una determinada cuota de mercado, y esperar que, debido a los esfuerzos empleados en desarrollar relaciones y lealtad de los clientes, estos vayan a continuar demandando los bienes y servicios ofrecidos por la entidad. Sin embargo, en ausencia de derechos legales, u otras formas de control, que protejan esta expectativa de relaciones, o de lealtad continuada por parte de los clientes, la empresa tendrá por lo general un grado de control insuficiente sobre los beneficios económicos, que se podrían derivar de las mismas, como para poder considerar que tales partidas (cartera de clientes, cuotas de mercado, relaciones con la clientela, lealtad de los clientes) cumplen con la definición de activo intangible".

Finalmente, y por lo general, no es posible distinguir entre los costos incurridos para la generación interna de estos intangibles de los necesarios para el mantenimiento de las funciones operativas del ente, por lo que es bastante difícil lograr medir objetivamente el valor de los mismos.

Sin embargo y ante la necesidad de contar con información sobre los intangibles, tanto la doctrina como algunos grupos empresarios han hecho distintas propuestas para considerar de alguna manera a estos elementos generadores de contribución marginal.

Algunas de estas propuestas intentan incluir a los intangibles autogenerados dentro de los estados contables, esforzándose por adaptar los mismos al marco conceptual de los estados financieros. Así por ejemplo Osvaldo Chaves y Ricardo Pahlen Acuña⁹ proponen analizar uno por uno los factores que acuerdan ventajas comparativas a la empresa y que no están registrados en ningún otro activo, a efectos de segregar la porción de los mismos atribuible a

8 International Accounting Standards Committee, Norma Internacional de Contabilidad N° 38

9 Chaves, Osvaldo; Pahlen Acuña, Ricardo. "Valor llave. Un enfoque actual". Ediciones Macchi, Bs. As. 1996



ingresos futuros, para proceder a su activación como parte del costo del valor llave autogenerado. Otros autores, como Lev y Zarowin¹⁰, creen que debieran reformularse los principios contables para que el reconocimiento de los intangibles pudiera tener cabida en ellos

Otras propuestas, en cambio, intentan superar las limitaciones inherentes al sistema contable mediante el uso de información no financiera que les permita conocer mejor la situación de la empresa, aunque existe gran controversia en relación con el modo de abordar el tema. Ejemplos de ellas son los informes incluidos en los estados contables 1998 presentados por el Grupo BBV (Banco Bilbao Vizcaya de España); en los estados contables 1997 del grupo Celemi de Suecia o en los estados contables 1998 y 1er trimestre 1999 del grupo WM-data de Suecia. Estos informes presentan indicadores no financieros referidos a los distintos elementos que integran el capital intelectual.

La labor recién comienza, la contabilidad se enfrenta ante el gran desafío de establecer normas que permitan homogeneizar los criterios empleados para la identificación, medición y presentación de los activos intangibles a fin de que los usuarios puedan contar con información confiable para la toma de decisiones.

10 Autores citados por Cañibano, Leandro; García-Ayuso Covarsí, Manuel y Sánchez, Paloma en "La relevancia de los intangibles para la valoración y la gestión de empresas: revisión de la literatura". Revista Española de Contabilidad y Finanzas Nº 100 . AECA. Madrid 1999



BIBLIOGRAFÍA

BERTORA, Héctor Raúl. "Llave de negocio". Ediciones Macchi López. 1975.

CHAVES, Osvaldo; PAHLEN ACUÑA, Ricardo. "Valor llave. Un enfoque actual". Ediciones Macchi. 1996.

F.A.C.P.C.E. Resolución Técnica N° 10. "Normas Contables Profesionales"

INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS COMMITTEE. Norma Internacional de Contabilidad N° 22. Combinaciones de negocios (Revisada en 1998).

INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS COMMITTEE. Norma Internacional de Contabilidad N° 39. Activos Intangibles

INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS COMMITTEE. Marco de Conceptos.

BOLETÍN ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA N° 50. Entrevista a Leandro Cañibano. "Nuevos desafíos de la Contabilidad ante el siglo XXI".

SIERRA FERNÁNDEZ, Monserrat. "¿Hacia una nueva Contabilidad?. Contabilidad del Capital Intelectual". Publicado en Tribuna de opinión. Boletín de la Asociación Española de Contabilidad y Auditoría N° 49.

INTERNATIONAL FEDERATION OF ACCOUNTANTS. Estudio 7 "The measurement and management of Intellectual Capital: An introduction". EEUU. Septiembre de 1998.

CAÑIBANO, Leandro; GARCÍA-AYUSO COVARSI, Manuel; SANCHEZ, Paloma. "La relevancia de los intangibles para la valoración y la gestión de empresas: revisión de literatura". Revista Española de Contabilidad y Finanzas N° 100. Asociación Española de Contabilidad y Auditoría. Madrid. 1999.

CARAZAY, Cristina; FERNÁNDEZ, Analía; NANNINI, María Susana; SUARDI, Diana. "Llave de negocio en los Estados Contables". Revista Desarrollo y Gestión N° 10. Errepar. Julio 2000