DIVULGACION DE INFORMACION VOLUNTARIA SOBRE CAPITAL INTELECTUAL EN EMPRESAS ARGENTINAS

El CI abarca todas las formas de elementos intangibles que poseen las empresas, entre las que destaca el conocimiento disponible a nivel individual y organizativo. Incluye elementos de diversa índole que pueden agruparse en 3 dimensiones o categorías: capital humano, capital estructural y capital relacional.

PROBLEMA DE INVESTIGACION

La información que se incorpora en los estados financieros de las empresas es muy limitada en lo que respecta a los tres componentes del CI.

Los estados financieros solo informan sobre los intangibles que pueden ser reconocidos como ACTIVOS.

Por ello, ***LA ALTERNATIVA MAS UTILIZADA PARA DAR A CONOCER EL CI ES LA DE DIVULGAR ESTA INFORMACIÓN DE FORMA TOTALMENTE VOLUNTARIA***.

OBJETIVO GENERAL

Caracterizar, a la luz de distintas variables, las políticas de divulgación de información voluntaria sobre CE de las empresas cotizantes en el MCA y estudiar su vinculación con diferentes medidas representativas del valor que crean.

METODOLOGIA

Es una investigación de tipo no experimental, en dos etapas:

✓ DESCRIPTIVA: consiste en construir indicadores de la información divulgada sobre CI, los componentes y los atributos de la calidad de esa información. Para ello, se utilizará el análisis de contenido como técnica principal de recolección de datos.

✓CORRELACIONAL: se concretará utilizando coeficientes de correlación, lo que permitirá analizar la relación entre divulgación de CI y creación de valor.

- Muestra: empresas del Índice S&P MERVAL
- Periodo temporal de análisis: 2018-2020.
- Fuente de recolección: información complementaria a los estados financieros, informes integrados o memorias de sostenibilidad, paginas web de las empresas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

✓ Estudiar qué información no financiera divulgan voluntariamente las empresas cotizantes en el MCA sobre los distintos elementos del CI.

✓ Identificar los medios o formatos a través de los cuales dichas empresas suministran tal información.

✓ Determinar la cantidad de información que divulgan las empresas sobre los distintos componentes del CI.

✓ Identificar atributos de dicha información vinculados a su calidad.

✓ Examinar la implicancia del tamaño y del sector de actividad en la política de divulgación de información sobre CI de dichas empresas.

✓ Analizar la vinculación entre diferentes medidas representativas del valor creado por parte de las empresas cotizantes en el MCA y la cantidad y calidad de la información que divulgan sobre su CI.

DIMENSIONES DEL CI:

- Capital HUMANO: stock de conocimientos individuales que reside en los empleados
- Capital ESTRUCTURAL: conocimiento que la organización ha podido internalizar
- Capital RELACIONAL: valor que generan las relaciones que la empresa entabla con su entorno.

AVANCE EN LA INVESTIGACION: análisis de información presentada en las web de las empresas

En cuanto a la **información general**:

- 100% tienen página web corporativa, descripción de las mismas y contacto.
- Un alto porcentaje posee información en varios idiomas y noticias.

En cuanto a la **información financiera**:

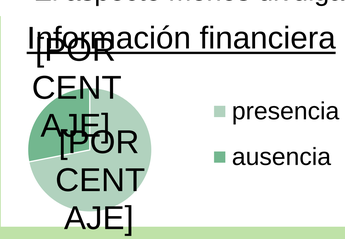
- Del 95% de las empresas que presentan este tipo de información:

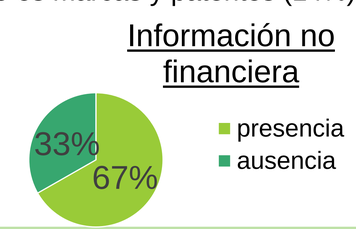
- 76% presentan en promedio estados financieros anuales e intermedios.

- 68% presentan en promedio otra información adicional (reporte integrado, memoria de sostenibilidad y otros informes).

En cuanto a la **información no financiera**:

- 100% divulga información sobre sus productos y servicios.
- 90% contiene información del directorio y de relaciones con inversores.
- 85% presenta información sobre RRHH, medio ambiente y responsabilidad social.
- El aspecto menos divulgado es marcas y patentes (14%).





` Investigación en el marco de becas de ayudantía de la UNRC.

Autores: Amione Eugenia Laura, Bazán Guiñazú Amparo, Chapado Menochio Candelaria / Contador Público UNRC