

El Capital Intelectual: CAPACIDAD COMPETITIVA EMPRESARIAL

Marino Valencia Rodríguez

Resumen

El siglo XXI está caracterizado por una economía basada en el conocimiento, convirtiéndose éste en el principal factor de productividad y competitividad organizacional. Las empresas deben conocer cuál es su stock de conocimiento organizativo, y analizar los flujos entre los diferentes tipos de conocimiento que fluyen en el seno de la compañía. En el nuevo escenario, la capacidad de generación de valor de las organizaciones no se entiende ya relacionada con la eficiencia en la gestión de los activos materiales; la generación y el sostenimiento de ventajas competitivas que determinan la capacidad de creación de valor para los empresarios, están vinculados a la eficiencia con la que se gestionan los denominados activos intangibles. El capital intelectual es la principal fuente de valor económico y capacidad competitiva de las empresas, y es el activo intangible que pasa desapercibido con mayor frecuencia. Es importante disponer de herramientas adecuadas que permitan identificar cuáles son esos intangibles, auditarlos, medir su valor, renovar, incrementar y registrar las variaciones que éste experimenta en el tiempo; gestionar estos activos intelectuales se configura como un factor determinante del éxito empresarial para el futuro.

Abstract

The 21st Century is characterized by a knowledge-based economy. Knowledge is now days the main productivity and organizational competitiveness factor for companies. Business must know the amount of organizational knowledge they hold and analyze relationships amongst different types of knowledge that flows through the heart of the company. Actually the ability of companies to generate value is no longer associate to an efficient management of material assets; creation and support of competitive advantages, that determine the capacity of creating value for entrepreneurs, are now related to the efficiency pertaining to the management of intangible assets. Intellectual

capital has become the main source of economic value and competitive capacity in business and also the intangible asset that most frequently goes unseen. It is important to have the right tools that allow us to identify what this intangibles are, we need to audit them, measure their value, renovate, increase and register all variations that these experiment over time. Appropriate management of these intellectual assets is a key factor of successful business for the future.

Palabras clave

Intangible, conocimiento, productividad, competitividad.

Fecha de recepción: 16-02-2005

Fecha de aceptación: 02-05-2005

Activos intangibles

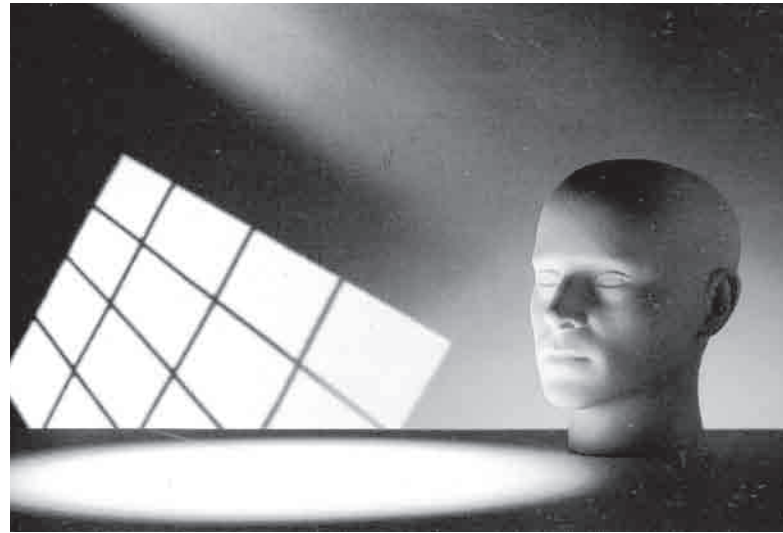
Las organizaciones empresariales se dieron cuenta que sus activos materiales y financieros no tienen la capacidad de generar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo, identificando que los activos intangibles son los que aportan verdadero valor a las organizaciones, y aparecen cada vez con más fuerza y se están revelando como el factor fundamental de valor económico y capacidad competitiva empresarial.

Los activos intangibles se pueden definir como una serie de recursos o fuentes no monetarias de beneficios económicos futuros que pertenecen a la empresa y que ésta controla o al menos influye para crear valor, pero que no aparecen valorados en los estados financieros .

Durante los últimos años han tenido lugar diferentes cambios en los entornos económicos, que han contribuido a la necesidad de propiciar cambios en los diseños organizativos que los han hecho más planos, adhocráticos y flexibles, cambios donde se moldea una nueva realidad empresarial, con una demanda cada vez más sofisticada. Las empresas, en su búsqueda de factores que las diferencien de la competencia, han visto la necesidad de replantearse su gestión; uno de los fenómenos que probablemente ha sorprendido más a los estudiosos de la empresa es el cambio de la importancia relativa de los recursos que contribuyen al proceso de creación de valor. Las diferencias esenciales que otorgan a las empresas ventajas competitivas sostenibles en el tiempo, resultan ser las que se basan precisamente en capacidades y en conocimientos, es decir, en los llamados activos intangibles, o de una manera más general, el capital intelectual.

“Esta revolución tecnológica y la globalización de los mercados producen una serie de influencias en todos los ámbitos de la sociedad, el gobierno y la economía en general, que han llevado a crear nuevos estilos gerenciales y de comportamiento empresarial: el conocimiento adecuadamente gestionado, pasa a ser un elemento clave en el desarrollo económico e institucional”¹.

La economía actual, como la futura, son cada vez más economías basadas en el conocimiento, convirtiéndose



este en el principal factor de productividad y competencia de las organizaciones. Poco a poco, se ha ido incorporando en forma creciente el conocimiento al conjunto de recursos de las empresas y dicha incorporación se concreta en un conjunto de activos intangibles. Paradójicamente, los recursos intangibles no parecen valorados desde un punto de vista contable, y en ocasiones ni siquiera están identificados por los directivos de las empresas. Pero, ya sea dentro o fuera de la contabilidad, los intangibles son hoy objeto de atención prioritaria por parte de los ejecutivos de las compañías, ya que son cada vez más sustanciales para la competitividad de las organizaciones.

La capacidad de generación de valor de las empresas no se entiende ya relacionada con la eficiencia en la gestión de los activos físicos tales como la maquinaria, las instalaciones, los depósitos en los bancos, los edificios y los “stocks”; muy al contrario, la generación y el mantenimiento de ventajas competitivas que determinan la capacidad de creación de valor para los gestores de las empresas, están estrechamente vinculados a la realización de inversiones intangibles que tienen su origen en los conocimientos, habilidades, valores y actitudes de las personas que forman parte del núcleo estable de la empresa, y a la eficiencia con la que se gestionan los denominados, desde una perspectiva contable financiera, como activos intangibles o capital intelectual.

Con el concepto de capital intelectual se recogen aquellos activos de naturaleza intangible, no reflejados en los estados financieros tradicionales, generados por

Es importante aclarar que no todos los conocimientos que la empresa tiene, serán fuentes de ventajas competitivas sostenibles sino solamente aquellos que contribuyan decisivamente a la generación de valor económico.

el propio funcionamiento de la sociedad y que contribuyen a la creación de valor en las empresas.

En el plano de la gestión empresarial, el desconocimiento de los activos intangibles de la empresa puede dar lugar al desaprovechamiento de oportunidades de negocio. El empresario debe entender que para ser competitivo, tanto en el mercado nacional como internacional, dentro de economías globalizadas, debe gestionar empresas con un adecuado manejo del "capital intelectual", ya que como se dijo anteriormente, los activos de tipo intangible constituyen hoy en día la principal fuente de ventajas competitivas sostenibles de la empresa.

El capital intelectual

El capital intelectual (Intellectual Capital) de naturaleza intangible² se ha convertido en una medida más de valor económico y capacidad competitiva empresarial. En la actualidad la información para la gestión empresarial se sigue basando en datos económico-financieros aunque es sabido que existen otras variables que generan valor a la compañía. Cada día se considera al capital intelectual como una de las partes más importantes de cualquier empresa, por encima de los activos financieros y de otros activos.

El inicio del siglo XXI se caracteriza por diversos aspectos que lo van diferenciando claramente del pasado y que están moldeando una nueva realidad a la cual tienen que adaptarse las empresas. Haciendo una retrospectiva en el desarrollo de la humanidad, se

puede entender que el siglo XIX provocó una serie de cambios violentos en las capacidades productivas de la humanidad, marcando el comienzo de la era moderna.

Nos encontramos ante una nueva época revolucionaria, producida por las tecnologías de la información y de las telecomunicaciones, que tienen cada vez más una importancia capital en la configuración de la sociedad de nuestro tiempo.

A pesar del desarrollo que han tenido las tecnologías de la información y de las telecomunicaciones, hay que destacar que tanto la economía actual como la futura, son cada vez más economías basadas en el conocimiento³, convirtiéndose éste en el principal factor de productividad y competencia de las organizaciones. Así pues, se ha ido abriendo paso la afirmación de Lawrence Prusak⁴ (director de Knowledge Management en I.B.M.) "la fuente principal de ventajas competitivas de una empresa reside fundamentalmente en sus conocimientos, o más concretamente en lo que sabe, en cómo usa lo que sabe y en su capacidad de aprender cosas nuevas". De este modo algunos la llaman la sociedad del conocimiento⁵, para hacer referencia a un estadio de desarrollo de la sociedad caracterizado por la rapidez de los cambios (los cambios en los diferentes entornos económicos que han tenido lugar en las últimas décadas han puesto de manifiesto la necesidad de replantearse la gestión de las organizaciones) y la importancia fundamental de la tecnología, y en el que la generación de riqueza y el bienestar se entienden relacionados con las inversiones en innovación y, muy especialmente, a la generación de conocimiento. Se podría afirmar que el conocimiento se ha ido incorporando al conjunto de los recursos intangibles⁶ de las empresas de forma creciente y que dicha incorporación se concentra en un conjunto de intangibles "valiosos".

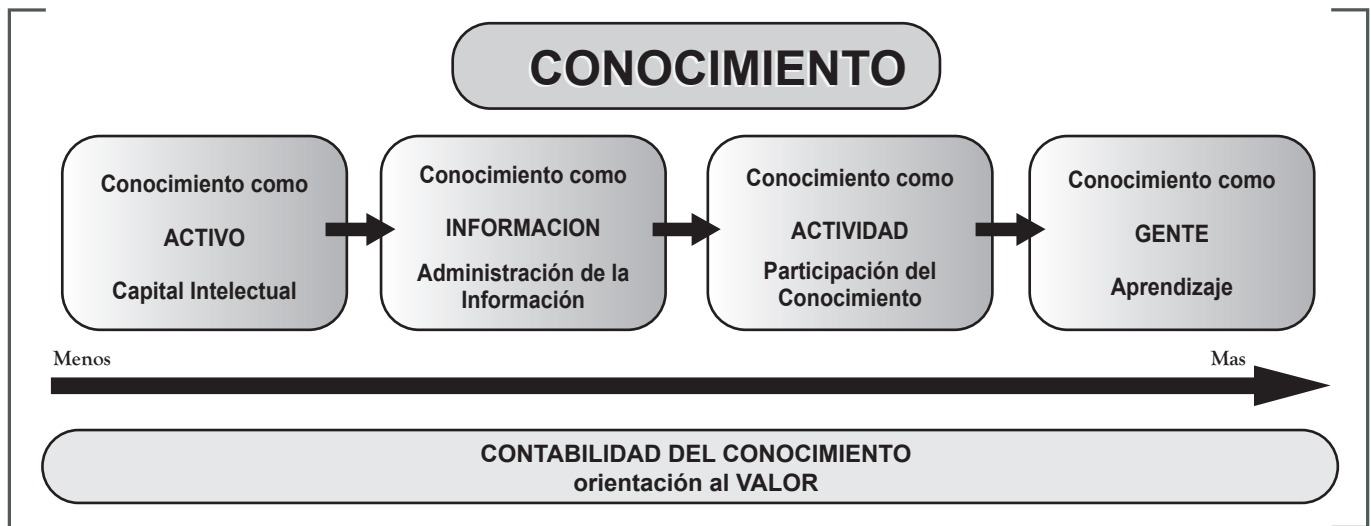


Gráfico 1. Capital Intelectual

Fuente: Samuel Alberto Mantilla(2000)

Según Mantilla (2000: 46) el conocimiento comprende cuatro procesos básicos:

1. Capital intelectual (conocimiento como activo)
2. Administración de la información (conocimiento como información)
3. Participación del conocimiento (conocimiento como actividad) y
4. Aprendizaje (conocimiento como gente)

Su orientación fundamental es el valor y el instrumento principal la contabilidad del conocimiento (Gráfico 1)

El conocimiento organizacional se ha convertido en el recurso por excelencia y considerado como estratégico para la base de la ventaja competitiva sostenible de las organizaciones, éstas deben conocer cuál es su stock de conocimiento organizativo, y analizar los flujos entre los diferentes tipos de conocimiento que corren en el seno de la empresa. Para ello, cuentan con la ayuda de herramientas de medición del capital intelectual, introducidas a mediados de la década de los años noventa, y cuyo desarrollo aún está en fase embrionaria.

Como dice, Gómez López:

Los cambios que se han dado a nivel del conocimiento son avanzados; hoy se le reconoce como de alto valor agregado para las organizaciones en la medida en que genera riqueza, un "activo" que debe gestionarse y valorarse como los demás⁷.

En el ámbito de la nueva economía, el capital intelectual proporciona un margen competitivo, sin embargo, estos "recursos" no son medidos de manera adecuada. El capital intelectual (intangible) al igual que los recursos físicos necesariamente requieren ser valorados para mediciones de eficiencia, determinación de ingresos y valuación de la compañía⁸.

Sin embargo, es importante aclarar que no todos los conocimientos que la empresa tiene, serán fuentes de ventajas competitivas sostenibles sino solamente aquellos que contribuyan decisivamente a la generación de valor económico. En el nuevo escenario, la capacidad de generación de valor de las empresas no se entiende ya relacionada con la eficiencia en la gestión de los activos materiales; muy al contrario, la generación y el mantenimiento de ventajas competitivas que determinan la capacidad de creación de valor para los empresarios, están estrechamente vinculados a la realización de inversiones intangibles y a la eficiencia con la que se gestionan los denominados, desde una perspectiva contable financiera, como activos intangibles o capital intelectual.

A pesar de la creciente importancia de los intangibles como fuente de ventajas competitivas, la información que sobre ellos se tiene en el seno de la empresa y se difunde al exterior es escasa. Esto se debe,

en buena medida, a los restrictivos requisitos establecidos por las normas de contabilidad vigentes en la mayor parte de los países del mundo para el reconocimiento como activo de las inversiones realizadas por las empresas en elementos de naturaleza intangible⁹.

Así pues, los organismos emisores de normas contables han de enfrentarse al reto de proporcionar directrices para la divulgación de información sobre los activos intangibles. Igualmente, las empresas se enfrentan, por una parte, al reto de emprender inversiones intangibles que potencien la capacidad de generación de valor y del éxito competitivo en el futuro; por otra, a la necesidad de identificar los activos intangibles existentes en la organización y gestionarlos de manera eficiente. Esto es especialmente difícil, dado que los sistemas de información y la contabilidad normalizada empleada habitualmente en las sociedades mercantiles establecen unos requisitos muy restrictivos sobre la definición y el reconocimiento de los activos intangibles y está orientada principalmente hacia la medición de los beneficios y el valor del patrimonio en términos monetarios, lo cual origina que en los estados financieros solamente aparezcan los intangibles adquiridos, dejando sin registrar todos aquellos intangibles generados por el propio funcionamiento de la sociedad.

Como lo dice Samuel Alberto Mantilla:

Todo ello ha derivado en un nuevo concepto de riqueza. Ya no es suficiente la obtención de utilidades (patrimonialismo), la sola productividad (eficacia) o la competitividad (diferenciación), sino que es imperativa la generación de valor. Hoy, más que nunca, la problemática del valor condiciona la riqueza misma. Ya no se entiende valor desde una sola perspectiva (balance / patrimonio) sino que implica la interacción de diferentes intereses (balanceo / Stakeholders)¹⁰.

En la práctica, ello ha significado que las relaciones económicas de producción no son únicamente de tierra, capital y trabajo (activos tangibles, con vida útil, agotables, depreciables) sino, y más importante aún, las derivadas del procesamiento de información y de la participación del conocimiento (activos intangibles, con vida indeterminada, que crecen con su uso, no se pueden ni depreciar ni despremiar)¹¹.

En las empresas, resulta necesario dedicar esfuerzos a la mejora de los sistemas de información para que la gestión sea eficiente, de modo que en ellos tengan cabida los activos intangibles y, muy especialmente el capital intelectual, ya que éstos constituyen los determinantes fundamentales de la capacidad de generación de beneficios para la compañía. Por otro lado, en la medida en que el modelo contable tradicional no permite reflejar apropiadamente en los estados financieros las inversiones en intangibles, presentan éstos una visión excesivamente pesimista de la calidad de la gestión de los gerentes al frente de las organizaciones. Es esencial llevar a cabo iniciativas que propicien a los propietarios del capital información adicional a la requerida por las normas contables (obviamente, sin que ello implique riesgos de deterioro de la posición competitiva), al objeto de permitirles apreciar el valor de los activos intangibles que explican en buena medida la verdadera situación patrimonial de la compañía y estimar adecuadamente su valor.

Además, es necesario dar a conocer a los propietarios del capital las ventajas que conlleva la intensificación de las inversiones en innovación y desarrollo del capital intelectual de la empresa, ya que sólo así podrán formarse expectativas acertadas sobre el crecimiento futuro de los resultados y, por ende, del valor de la empresa, al igual para el fortalecimiento de su posición competitiva y, en definitiva, de su capacidad para crear valor para los accionistas.

En este contexto surge el capital intelectual. Inicialmente, como respuesta a un interés por explicar diferencias en los métodos de valoración de las empresas (valor de

mercado y valor en libros) y posteriormente como explicación, aplicación y aprovechamiento de las nuevas realidades del mundo actual¹².

Según Sveiby, (2000) “el término de capital intelectual surge de la diferencia cada vez mayor entre el valor de una acción en los libros de contabilidad y el valor de la misma en los mercados financieros”.

El concepto de capital intelectual fue definido en el Euroforum 1998 como: “el conjunto de activos intangibles de una organización que, pese a no estar reflejados en los estados financieros tradicionales, en la actualidad generan valor o tienen potencial de generarlo en el futuro”¹³.

A pesar de que Edvinsson y Malone no señalan una definición de capital intelectual sí la dividen en capital humano (todas las capacidades individuales, conocimientos, las destrezas y la experiencia de los empleados y gerentes), capital estructural (infraestructura que incorpora, capacita y sostiene el capital humano), y capital clientela (potencial de compra de los clientes y lealtad a la marca, quedan incluidos en el renglón de crédito mercantil).

Elementos componentes del capital intelectual

Según el Proyecto Meritum (2002: 19), la definición de los tres elementos integrantes del capital intelectual, es la siguiente:

- **Capital humano:** está integrado por el conocimiento que el empleado se lleva cuando abandona la empresa. Incluye los saberes, las capacidades, experiencias y habilidades de las personas que integran la organización. Mientras una parte de este conocimiento es exclusivo de los individuos, otra parte puede ser genérica. Ejemplos son la capacidad para innovar, la creatividad, el saber hacer y la experiencia previa, la

capacidad para trabajar en equipo, la flexibilidad del empleado, la capacidad de negociación, la motivación, la satisfacción, la capacidad de aprender, la lealtad, etc., así como su nivel educativo y la titulación académica.

- **Capital estructural:** se define como el conjunto de conocimientos que permanecen en la empresa al final de la jornada laboral. Comprende las rutinas organizativas, los procedimientos, sistemas, culturas, base de datos, etc. Ejemplos son la flexibilidad organizativa, el servicio de documentación, el uso generalizado de Tecnologías de la Información, la capacidad organizativa de aprender, etc. Algunos de ellos pueden protegerse legalmente y convertirse en Derechos de Propiedad Intelectual o Industrial, como los derechos de autor o las patentes.

- **Capital relacional:** se entiende el conjunto de recursos ligados a las relaciones externas de la empresa con sus clientes, proveedores de bienes, servicios o capital o con sus socios de I + D. Comprende tanto las relaciones de la empresa con terceros (inversores, acreedores, clientes, proveedores, etc.), como las percepciones que estos tienen de la compañía. Ejemplos de esta categoría son la imagen, la lealtad y la satisfacción de los clientes, los pactos con los proveedores, el poder comercial, la capacidad de negociación con instituciones financieras, con reguladores, etc.

De acuerdo con los componentes anteriores, se puede decir que el capital intelectual de una organización surge a través de las interacciones entre el capital estructural y el capital humano, de forma que la interacción entre ambos da lugar al capital relacional.

La administración del capital intelectual es única en cada organización; se asume que el capital humano constituye la base para el logro del capital estructural (organizacional) de la empresa, y la interacción del capital humano con el capital estructural (organizacional) permite la creación del capital relacional (cliente). En el centro de las tres formas de capital intelectual se encuentra el capital financiero o valor creado por la intersección de esos tres componentes. (Grafico 2).

Como se ha comentado anteriormente, el capital intelectual es la principal fuente de valor económico y capacidad competitiva de las empresas y, a pesar de ello, es el activo intangible que pasa desapercibido con mayor frecuencia. Es importante que la gerencia preste especial atención a la gestión eficaz de dichos recursos. Para ello, es esencial disponer de herramientas adecuadas que permitan identificar cuáles son esos intangibles, auditarlos, medir su valor, renovar, incrementar, y registrar las variaciones que éste experimenta en el tiempo, en definitiva, gestionar estos activos intelectuales se configura como un factor determinante del éxito empresarial para el futuro.

El capital intelectual se entiende como el conocimiento, las habilidades y la experiencia que constituyen para la organización una fuente de ventajas competitivas sobre sus competidores y determinan, en buena medida, su potencial de crecimiento futuro y, en definitiva, su valor.

Para la medición del capital intelectual no existen métodos generalmente aceptados y tampoco sistemas legales. Y ojalá nunca existan. Las mejores prácticas se dan alrededor del análisis de la cadena de valor (generación y agregación de valor) a través de un conjunto de indicadores (métricas) cuyo análisis más importante es su desempeño en el tiempo (comparación del comportamiento de un mismo indicador en diversos períodos) y, sobre todo, el Benchmarking con las mejores prácticas del sector industrial a que pertenece (Mantilla,2000: 6).

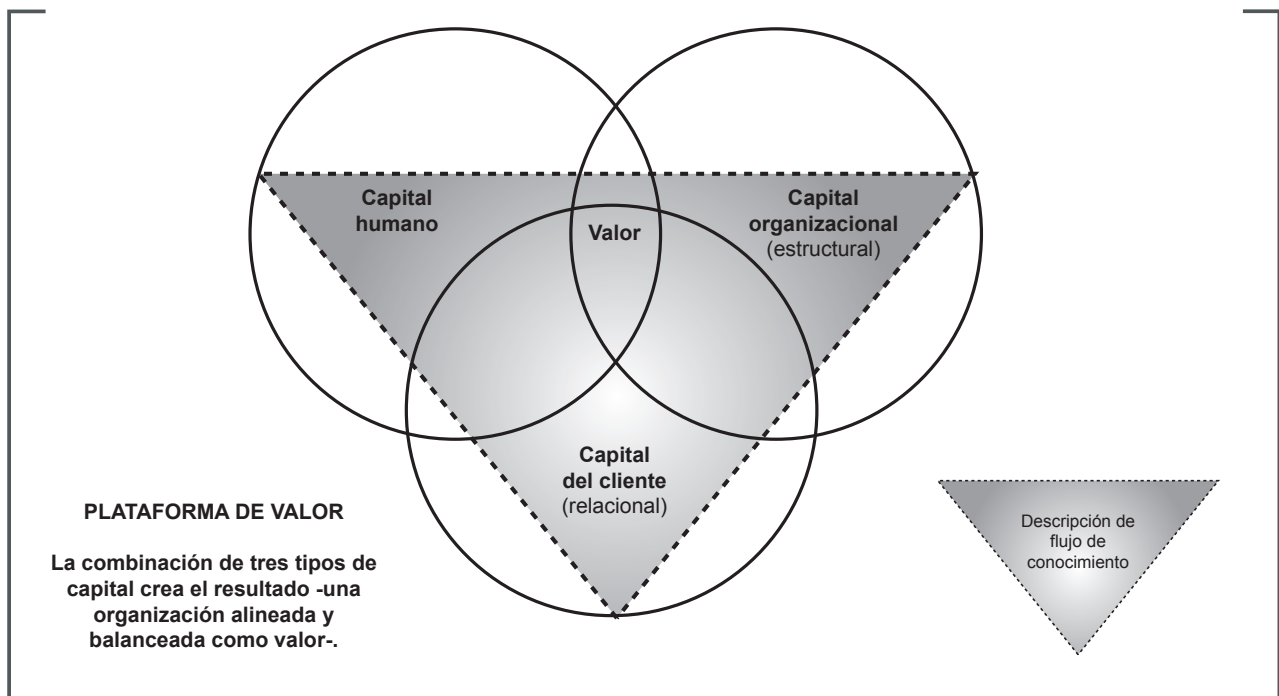


Gráfico 2. Capital Intelectual

Fuente: Adaptado de Hubert Saint-Onge, Charles Armstrong, Gordon Petrash, Leif Edvinsson en Edvinsson and Malone 1997, (146)

En los últimos años se han realizado numerosos esfuerzos, aunque con muy poco éxito, en la búsqueda de metodologías y modelos que contribuyan a mejorar la capacidad de gestión del capital intelectual; la dificultad radica en que no existen fórmulas que sean fácilmente aplicables. Debido, sin duda, a la propia naturaleza intangible de estos activos y, sobre todo, a que cada negocio específico tiene su combinación particular de conocimientos clave de éxito en función de los objetivos que se persigan, de la situación del mercado y tecnologías de la información, el problema está en el uso de la información, sobre todo, de base de datos relacionales, para generar indicadores financieros que se utilizan tanto para mejorar la toma de decisiones como para demostrar a los posibles usuarios externos su potencialidad.

Las organizaciones al pretender medir el capital intelectual buscan identificar su esencia para crear un valor de todas las actividades humanas en el trabajo (por la capacidad que tienen éstos de compartir la información, sus experiencias y conocimientos tanto individuales como colectivos) y reflejarlo en un modelo. También buscan identificar dónde está la capacidad de crear valor que no sólo les procure ventajas competitivas sostenibles, sino que les permita evolucionar.

Conclusiones

- En el siglo XXI, la tecnología y los sistemas de información están al alcance de todas las empresas, por lo que la única ventaja competitiva que puede diferenciar una organización de otra es su capital humano en forma de trabajadores con capacidad y conocimientos. Sin importar la posición que ocupan o la labor que realicen, exitosamente retenidos en la organización, son esenciales para dar valor a la misma.
- El capital intelectual es la principal fuente de riqueza de las empresas, por lo cual, es totalmente lógico que la dirección de las mismas le preste una atención especial a la gestión eficaz de dichos recursos. Para ello, es esencial disponer de herramientas adecuadas que permitan identificar cuáles son esos intangibles, auditarlos, medir su valor, renovar, incrementar, y registrar las variaciones que éste experimenta en el tiempo, en definitiva, gestionar estos activos intelectuales es un factor determinante del éxito empresarial para el futuro.
- La capacidad de generación de valor de las empresas no se entiende ya relacionada con la eficiencia en la gestión de los activos materiales; muy al contrario, la generación y el mantenimiento de ventajas competitivas que determinan la capacidad de creación de valor para los gestores de las empresas, están estrechamente vinculados a la realización de inversiones intangibles y a la eficiencia con la que se gestionan los denominados, desde una perspectiva contable financiera, como activos intangibles o capital intelectual.
- El capital intelectual es un concepto que aparece cada vez con más fuerza y que se está revelando como el factor fundamental de valor económico y capacidad competitiva del futuro.
- El capital intelectual está relacionado con la medición de los activos intangibles, por lo tanto, es un concepto contable.
- En el plano de la gestión empresarial, el desconocimiento de los elementos intangibles de la empresa puede dar lugar al desaprovechamiento de oportunidades de negocio basadas en recursos intangibles en poder de la organización, que pasan desapercibidos a sus gerentes.
- Las premisas en las que se asientan los criterios de los estados financieros para la medición y valoración de los intangibles están dejando de ser explicativos de la realidad que tratan de informar.
- Al finalizar el presente artículo, se pudo constatar la importancia de buscar metodologías o modelos para reconocer y valorar el capital intelectual porque agrega información a los tradicionales indicadores financieros utilizados para la toma de decisiones. ≡

CITAS

- 1 Horta, Roberto. En su artículo: Informe de capital intelectual y de responsabilidad social corporativa- Análisis Crítico, (2004), p.3.
- 2 Esta afirmación ha sido discutida con profundidad y documentada rigurosamente por Nakamura (1999). "Intangibles: What Put the New in the New Economy" Federal Reserve Bank of Philadelphia Business Review (July-August): 15-30.
- 3 Cuando en el conocimiento se basa la oferta de una empresa en el mercado, este se convierte en un cimiento sólido para el desarrollo de sus ventajas competitivas.
- 4 Los activos organizativos de tipo intangible constituyen la base de la ventaja competitiva sostenible de la empresa.
- 5 Las organizaciones que operan en la sociedad del conocimiento tienen una necesidad creciente de contactos con el entorno para adquirir y compartir el conocimiento esencial para el desarrollo de su negocio. Siendo el conocimiento una fuente de generación de ventajas competitivas, las empresas deben desarrollar su capacidad para identificarlo, medirlo y gestionarlo. (Proyecto Meritum).
- 6 Los recursos intangibles son fuentes de beneficios económicos futuros que están bajo control de la empresa y carecen de sustancia física y naturaleza monetaria. Por tanto, pueden considerarse como activos en sentido genérico, es decir, son el resultado de la acumulación de inversiones en elementos intangibles que contribuyen decisivamente a la generación de beneficios en el futuro. (Proyecto Meritum).
- 7 Gómez López, Juan Carlos. En su artículo: El Capital Intelectual, p. 2.
- 8 Edvinson, Leif, And Malone, Michel. Intellectual Capital: Realizing your company's true value by finding its hidden brainpower, new York harper. Collins Publishers Inc., 1997.
- 9 Cañibano, Garcia-Ayuso y Sánchez (2000) presentan un análisis pormenorizado de los criterios de reconocimiento y valoración de las inversiones en elementos intangibles. Proyecto Meritum (2002: 12).
- 10 Ponencia: Capital Intelectual, en el X Simposio Contaduría Universidad de Antioquia - Medellín, 19 - 21 Octubre de 2000, p. 3.
- 11 Ibid. p.3.
- 12 Ibid. p.4.
- 13 Encuentro organizado por el Fondo Social Europeo, la Dirección General de Trabajo y Empleo y la Consejería de Economía y Empleo de Madrid, celebrado en San Lorenzo del Escorial en octubre de 1998. Tomado del artículo: Medición del valor del capital intelectual. Revista Contaduría y Administración, No. 203, octubre-diciembre 2001, p. 47.

BIBLIOGRAFÍA

- CRUZ M. Peggy, ROJAS R. Silvana, VEGA L. Georgina, VILLEGAS Q. Yasna. Artículo: El capital humano y la gestión por competencias. Universidad de Antofagasta.
- "DIRECTRICES PARA LA GESTIÓN Y DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE INTANGIBLES" (Informe de Capital Intelectual). Proyecto Meritum. Grupo Marte, S.A., enero 2002.
- DOCUMENTOS DE REFLEXIÓN ESTRATÉGICA Y TECNOLÓGICA. El Capital Intelectual (CI) la gestión de un nuevo activo. Grupo Ibermática. No. 90, Diciembre 1999.
- EDVINSON, Leif y MALONE, Michael. El Capital Intelectual. Grupo Editorial Norma, 1998.
- FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (FASB): Recognition and measurement in financial statements of business enterprises. Statement of Financial Accounting Concepts (SFAC), Nos. 5 y 6. 1984
- FUNES CATAÑO, Yolanda y HERNÁNDEZ GARNICA, Cleotilde. Artículo: Medición del Valor del Capital Intelectual. Revista Contaduría y Administración, UNAM. No. 203, octubre-diciembre 2001.
- GÓMEZ LÓPEZ Juan Carlos. Artículo: El Capital Intelectual - consulto@epm.net.co
- HORTA, Roberto. Artículo: Informe de Capital Intelectual y de responsabilidad Social Corporativa - Análisis Crítico. Universidad Católica del Uruguay, Octubre 2004.
- INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (IASC): International Accounting Standard IAS 38: Intangible assets, September, London. 1998.
- INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (IASC): Marco conceptual para la preparación y presentación de los estados financieros. 1984.
- MALDONADO, José Joaquín. Intangibles y Capital Intelectual. Revista del Contador Público (Edición 77). Instituto Nacional de Contadores.
- MANTILLA BLANCO, Samuel Alberto. Capital Intelectual & Contabilidad del Conocimiento. Ediciones ECOE, 2000.
- MANTILLA BLANCO, Samuel Alberto. Capital Intelectual & Contabilidad del Conocimiento. Presentación, 1999.
- MANTILLA BLANCO, Samuel Alberto. El activo más valioso en la Organización del siglo XXI: El conocimiento, 2000.

MANTILLA BLANCO, Samuel Alberto. Ponencia: **Capital Intelectual.** X Simposio Contaduría Universidad de Antioquia – Medellín, 19-21 octubre 2000.

Meritum, Gestión del Capital Intelectual. – <http://www.meritum.es/CI7CI.html>

RAMÍREZ CÓRCOLES, Yolanda. Artículo: **Necesidad de Información sobre el Capital Intelectual en los Estados Financieros.** Universidad de Castilla – La Mancha.

SVEIBY, K.E. **Capital Intelectual: La nueva riqueza de las empresas.** Editorial Gestión 2000, Barcelona, 2000.



Marino Valencia Rodríguez

Licenciado en Ciencias de la Educación Especialidad Literatura e Idiomas Universidad Santiago de Cali, Magíster en Administración de Empresas Universidad del Valle, Especialista en Finanzas Universidad del Valle, Especialista en Marketing Estratégico, Universidad del Valle, candidato a Magíster en Ciencias de la Organización, MSc. Universidad del Valle, Asesor de Marketing y Planeación Estratégica, Profesor Investigador de media jornada de la Universidad Libre, seccional Cali, adscrito a la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables. Grupo de Investigación Alternativas Contables COL 0040144