

**MODELO DE MEDICIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES**  
**MODEL OF MEASUREMENT OF INTANGIBLE ASSETS**

***Vladimir Vega Falcón, Ph.D.***

Doctor en Ciencias Económicas (Cuba).

Docente y Analista de Investigación de la Universidad Regional Autónoma de los Andes

(UNIANDES), Ecuador.

vega.vladimir@gmail.com

***Dania Rivero Díaz, Ph.D.***

Doctora en Ciencias Contables y financieras (Cuba).

Profesora Adjunta de la Universidad de Matanzas, Cuba.

dania.rivero@umcc.cu

**ARTÍCULO DE REFLEXIÓN**

Recibido: 26 de marzo de 2018.

Aceptado: 27 de abril de 2018.

**RESUMEN**

El artículo tiene el objetivo de explicar el Modelo Vega-Rivero de medición y gestión del Capital Intelectual, que desde hace varios años se ha desarrollado en diversas organizaciones turísticas. Se exponen los principales enfoques para la medición de los intangibles y se detalla el modelo de los autores apoyado en la revisión bibliográfica de diversos modelos de amplio reconocimiento internacional como Intelec (Euroforum 1998) e Intelectus (Euroforum 2002), diferenciándose de éstos en la división del Capital Relacional en: Capital Clientela, Capital Proveedores e Interrelación con otros Agentes, con el fin de proporcionar una información más desglosada a los encargados del proceso de toma de decisiones. Con la perspectiva del enfoque de gestión los autores exponen su modelo y un procedimiento para su implementación.

Palabras Clave: capital intelectual, intangibles, modelo de medición y gestión.

## ABSTRACT

The article aims to explain the Vega-Rivero Model of Measurement and Management of Intellectual Capital, which has been developed in several tourist organizations for several years. The main approaches for the measurement of intangibles are presented and the authors' model is detailed, supported by the literature review of several internationally recognized models such as Intelec (Euroforum 1998) and Intelectus (Euroforum 2002), differentiating between them in the division of the Relational Capital in: Capital Clientele, Capital Suppliers and Interrelation with other Agents, in order to provide more disaggregated information to those in charge of the decision-making process. With the perspective of the management approach, the authors present their model and a procedure for its implementation.

Keywords: intellectual capital, intangibles, measurement and management model.

## INTRODUCCIÓN

El tema abordado en el presente estudio se justifica, dado que el desarrollo de una economía fundamentada en el conocimiento ha provocado que las empresas experimenten cambios en la forma en que crean valor y, paralelamente, se han hecho más evidentes las limitaciones de las herramientas contables y de control tradicionales. Al respecto puede agregarse que lastimosamente, la contabilidad ha sido efectiva en contabilizar los activos tangibles, pero no con los activos intangibles, para lo cual ha tardado más de 500 años en sintetizar sus postulados esenciales (Vega, 2016) y para atenuar esta situación, sistemáticamente se proponen modelos y procedimientos para medir y gestionar el Capital Intelectual. Los autores del presente artículo se refieren a una de estas propuestas, teniendo en cuenta que aún no se ha consolidado un cuerpo teórico que aporte resultados concluyentes sobre la identificación, medición y registro e información acerca del Capital Intelectual.

El tema es de gran actualidad, dado que constantemente surgen nuevos modelos y procedimientos que intentan acercar al mundo empresarial y universitario a una mejor forma de medir y gestionar sus intangibles, sin que exista una solución definitiva en este intento, a pesar de la amplia y cada vez más creciente producción científica que lo atestigua, motivada por el hecho de que el Capital Intelectual constituye, cada vez más, uno de los primordiales ingredientes del éxito actual y futuro de las organizaciones, acrecentándose aceleradamente las inversiones en el mismo.

El estudio se realiza porque en los últimos tiempos se ha percibido un gran interés por medir y valorar los activos intangibles (Pardo, Armas, y Chamba, 2017) y cualquier intento que se realice para exponer modelos, procedimientos y aplicaciones empresariales dentro de este tema, pone de manifiesto que los investigadores del perfil contable-financiero deben continuar investigando sobre estas definiciones, pero más importante aún, sobre la correcta medición, contabilización y gestión del Capital Intelectual, pues se requiere darle la importancia que merece a la forma de encauzar contablemente el tratamiento de los intangibles y no debe resolverse este cambio a través de resultados investigativos aislados y poco divulgados, haciéndose necesario transfigurar la realidad actual del tratamiento del Capital Intelectual.

En este contexto, el presente artículo tiene el objetivo de explicar el Modelo Vega-Rivero de medición y gestión del Capital Intelectual, que, al igual que ocurre con otros modelos, tiene brechas y aspectos sujetos a mejoras futuras. No obstante, hace un importante aporte, validado por diversas aplicaciones empresariales en el sector hotelero y por la defensa exitosa en el año 2009 de una tesis doctoral, que involucró a sus autores, uno en el rol de tutor y otro como autor.

Como antecedentes de este estudio, puede señalarse que el Capital Intelectual como componente aglutinador de diversos activos intangibles, ha sido abordado por disímiles autores (Archibold & Escobar, 2015). El amplio trabajo realizado desde la última década del siglo XX consiguió crear una amplia conciencia de la vasta magnitud e impacto sustancial de los intangibles y los serios perjuicios de las deficiencias de información

relacionadas con esos activos. Los esfuerzos por realizar mediciones del Capital Intelectual han rebasado el ámbito organizativo, siendo objeto de estudio tanto por los gobiernos de Suecia y Australia como por el ámbito académico Club Intelect en España, por citar algunos ejemplos.

Para capturar el valor de los activos intangibles organizativos se han desarrollado modelos basados en el valor (EVA, MVA, medidas de cash flow, ... entre otros.), modelos de valoración de intangibles (por ejemplo marcas y patentes), sistemas de medidas de rendimiento y gestión (Cuadro de Mando Integral) y modelos de medición del Capital Intelectual (Skandia Navigator, Intangible Assets Monitor, Technology Broker, Modelo de Dirección Estratégica por Competencias, por citar algunos de los más relevantes) (Ordóñez de Pablos, 2000).

El tema abordado es necesario e importante, pues el gran conflicto es que todavía la contabilidad financiera no informa todo lo necesario en relación a los activos intangibles, por lo que esto representa un desafío en una época caracterizada por la incertidumbre empresarial, matizada por la globalización, y los rápidos cambios tecnológicos y de los mercados.

La correcta medición del Capital Intelectual es extremadamente importante, pero particularmente resulta imprescindible, una vez medido, proceder a su gestión, por ser la brújula de la competitividad empresarial en este siglo XXI (Ricardez Jiménez & Borrás Atiénzar, 2013), en lo cual todavía existen grandes falencias en el contexto empresarial.

## **REVISIÓN TEÓRICA**

Los modelos de Capital Intelectual intentan traducir y cuantificar los objetivos estratégicos definidos por las empresas y simultáneamente expresar con claridad las relaciones entre éstos (Azofra, Ochoa, Prieto, y Santidrián, 2017).

En el escenario actual, donde se mueven las empresas más destacadas a nivel internacional, uno de los cambios más significativos se expresa en el hecho de que los elementos intangibles ocupan un lugar cada vez más predominante en la generación de valor para la empresa.

Desde finales del pasado siglo se advierte una tendencia a priorizar la esfera de los procesos de adquisición de conocimientos y habilidades de la fuerza de trabajo. Esto hizo evidente la necesidad de llevar a la contabilidad este tipo de activos, en cuanto estos recursos se convertirán también en factores clave para el posicionamiento de las empresas. Dedicar una atención especial a los activos intangibles está justificado por tres motivos primordiales:

1. Los recursos están formando una parte valiosa y el evidente incremento del total de la inversión productiva en las economías de países desarrollados.
2. Los recursos intangibles se sostienen en la entrada de informaciones, lo cual provoca problemas específicos en su gestión, diferentes a los que proyectan los recursos más comunes.
3. Los activos intangibles constituyen una herramienta competitiva más poderosa que los activos materiales, dado que aquellos son notablemente más costosos de obtener y más dificultosos de copiar que los otros; los activos intangibles implantan “fallas” competitivas en los mercados las cuales son fuentes de beneficios para las organizaciones, aunque simultáneamente ocasionan pérdidas de prosperidad para la comunidad (Salas, 1989).

Los informes financieros actuales son adecuados para las necesidades de información de industrias intensivas en bienes de capital, claves para la creación de riqueza a inicios del pasado siglo. No obstante, estos informes muestran restricciones por su enfoque a sucesos históricos, su incapacidad para acopiar activos intangibles, su enfoque de costos y su concentración en informes anuales regulares.

Tradicionalmente se han reconocido dos enfoques para la medición de los intangibles con la pretensión de alcanzar el verdadero valor de las compañías, Los autores los definen así:

- Enfoque contable: centra su interés en la búsqueda de normas y principios que se adapten a las características de los intangibles y que permita su presentación en los estados financieros, el cual no ha tenido mucho consenso ni desarrollo por la tendencia a medir lo nuevo con reglas viejas. Este enfoque conduce a encontrar nuevas formas de medir y presentar los elementos del Capital Intelectual, pues poseen como característica distintiva con los activos tradicionales, que, por lo general, se aprecian con el tiempo, a diferencia de estos últimos que se deprecian, entre otros aspectos.
- Enfoque de gestión: persigue la elaboración de un instrumento que permita medir y gestionar los elementos que conforman el Capital Intelectual y presentar esta información en un informe complementario a los estados financieros. En esta dirección se han desarrollado diversos modelos, existiendo cierto consenso en ellos, así como implícitamente, en los pasos que conducirán al resultado esperado, presentándose como limitante fundamental la determinación de un valor absoluto de Capital Intelectual.

El enfoque de gestión reviste mayor jerarquía, pues a través de la valoración cualitativa de las organizaciones apoyadas en una serie de indicadores, se llega, si no del todo, a un valor más justo que aportan los intangibles. Asimismo, se enuncia la necesidad de controlar y medir todos estos elementos.

Es innegable que últimamente la comunidad científica académica y empresarial ha logrado avances importantes en la identificación y medición de los activos intangibles, así como en la difusión de los mismos a través de los informes de Capital Intelectual, aunque no han estado carentes de heterogeneidad y falta de comparación y verificabilidad (Ramírez, 2012).

Las investigaciones actuales ponen de manifiesto que el Capital Intelectual es un importante componente de competitividad empresarial y, en especial, para las PYMES (Fernández y

Martos, 2016). Estas empresas han requerido una considerable labor de aprendizaje y de acomodo de técnicas para remediar sus diferencias con otras organizaciones más desarrolladas. Este aspecto es cada vez más significativo en la economía del conocimiento, donde se acrecienta la importancia del Capital Intelectual como germen de las competencias distintivas (F-Jardon y Martos, 2014).

### **Modelo y procedimiento Vega-Rivero**

En particular, el modelo y procedimiento objeto del presente artículo (Vega-Rivero), se detalla en el apartado de Análisis de Resultados. El mismo tiene entre sus características distintivas la subdivisión del Capital Intelectual en Capital Humano, Capital Estructural, Capital Relacional (subdividido en Capital Clientela, Capital-Proveedores e Interrelación con otros Agentes) y Capital Social; así como un enfoque subjetivo del valor percibido y la valoración monetaria, que lo distingue de otros modelos. Los autores del citado modelo y procedimiento, establecen su alcance como la medición de aquellos elementos intangibles de las diferentes organizaciones, que aportan a la generación de valor. El mismo refleja la esencia del Capital Intelectual a través de sus dimensiones, elementos e indicadores, así como su integración en un valor monetario que tiene como base de cálculo el método de valor percibido, reconociéndose que este concepto pertenece a la literatura de marketing y se relaciona directamente con la formación de precios.

Entre las características esenciales del modelo y procedimiento Vega-Rivero, resalta que en su eje central se encuentra la vinculación con los objetivos y estrategias organizacionales, así como su flexibilidad al abordarse los elementos e indicadores propios de cada organización, con el auxilio de métodos y técnicas estadísticas, basadas en aproximaciones y no en valores exactos, dada la naturaleza intangible del objeto de medición. Para ello se apoyan en el método de expertos, en el método del coeficiente de consenso, en el método del Triángulo de Füller Modificado, en la matriz de toma de decisiones, y en los muestreos aleatorio simple y aleatorio estratificado. Igualmente destaca su concepción como un ciclo que permite la retroalimentación y simultáneamente la

detección de algunos nuevos intangibles que tributen a la creación de valor, o en caso contrario su eliminación.

Igualmente, Vega-Rivero puntualiza el desarrollo de un proceso de formación del Capital Intelectual, tratando así de extender a toda la organización el conocimiento de los objetivos que se persiguen con la medición, el papel de cada miembro de la organización y la utilidad de la información sobre intangibles. De forma sintética pueden mencionarse como aportes científicos de significativa pertinencia y validez de la propuesta de Vega-Rivero, la coherencia metodológica al integrarse un modelo conceptual con su respectivo procedimiento práctico de implementación, con un enfoque no solo de medición sino también de gestión; destacándose además la integración de métodos y técnicas estadísticas que le otorgan solidez a la propuesta.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

Se realizó una investigación cualitativa del contenido objeto de estudio, asentada en la búsqueda bibliográfica de una literatura variada y relevante relacionada con los conceptos y modelos de medición y gestión del Capital Intelectual. Los autores se apoyan en los métodos teóricos analítico-sintético e inductivo-deductivo, los cuales viabilizaron el estudio y análisis de dicha bibliografía actualizada, facilitando el entendimiento en profundidad acerca de la medición y gestión de los intangibles, lo cual permitió la definición y propuesta de un modelo y procedimientos propios, luego de identificar distintos modelos desarrollados internacionalmente, por lo cual se adentran en el nivel teórico del conocimiento de la modelación y el enfoque sistémico, desarrollando un proceso mediante el cual crean un modelo para investigar la realidad contable-financiera, además de estudiar integralmente la medición y gestión de los intangibles presentando una detallada propuesta dirigida a contribuir con la solución de esta necesidad de la ciencia contable.

El alcance de la investigación es de tipo descriptivo y en cierta medida explicativo. Tiene por objeto esencial la familiarización con la medición y gestión del Capital Intelectual, concepto todavía poco estudiado, para posteriormente analizar cómo es y cómo se



manifiesta dicha medición y gestión de los intangibles y sus componentes, llegando finalmente a detallarse la propuesta de modelo y procedimientos propios. Por lo tanto, como fruto de esta labor, los autores crean un modelo con sus procedimientos afines, en los cuales establecen en las organizaciones algunos pre-requisitos básicos para el éxito del sistema propuesto; proponen desarrollar un proceso de formación o educación sobre el Capital Intelectual, todo lo cual se sustenta en el establecimiento de sus dimensiones, y el desarrollo posterior del ciclo de medición y gestión.

### **ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

Los resultados concretos de la presente investigación se muestran al exponerse detalladamente el Modelo Vega-Rivero de medición y gestión del Capital Intelectual, así como sus procedimientos correspondientes. Con la perspectiva del enfoque de gestión Vega-Rivero han desarrollado un modelo (Figura # 1) y los procedimientos para su implementación (Figura # 2), utilizados en diversas investigaciones y consultorías para la validación de los mismos; no correspondiendo en el presente artículo el análisis de estos últimos como investigación de campo.

El modelo propuesto está basado en la revisión bibliográfica, fundamentalmente, en el Modelo Intelec (Euroforum 1998) e Intelectus (Euroforum 2002); tomando de Intelec los términos: Capital Humano, Capital Estructural y Capital Relacional; y de Intelectus el término Capital Social. Como elemento diferenciador de modelos anteriores, se realiza la división del Capital Relacional en: Capital Clientela, Capital Proveedores e Interrelación con otros Agentes; con el fin de proporcionar una información más desglosada a los encargados del proceso de toma de decisiones.

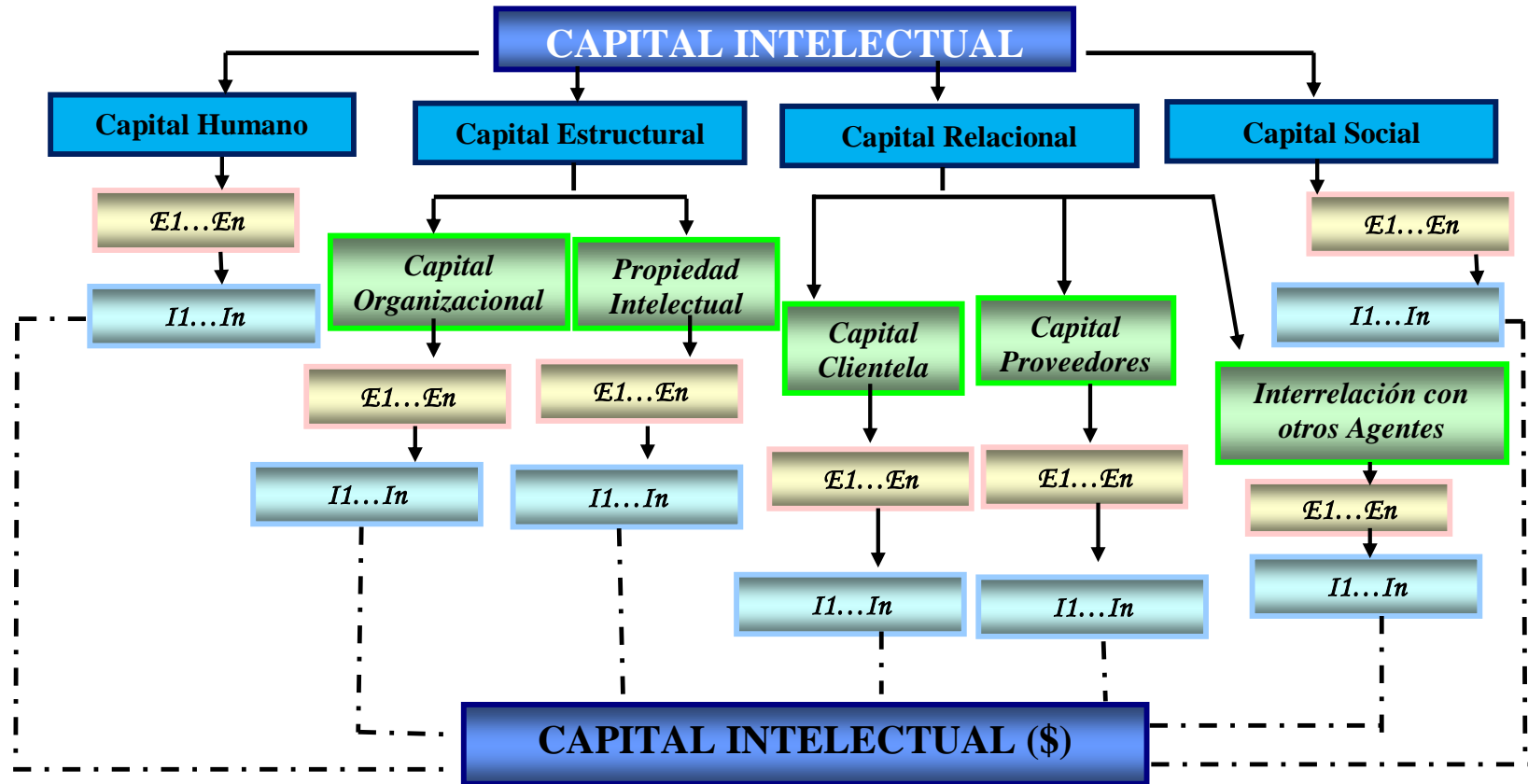
Se encaminan los primeros pasos a la búsqueda del valor de la organización, la cual está sustentada por los activos intangibles, identificándose como Capital Intelectual, además se presentan los activos tangibles, los cuales siguen teniendo relativa importancia dentro del contexto empresarial como soporte de los inmateriales, aun cuando no representen a la mayoría de los elementos destinados a crear valor. Además, se incluyen otros factores con

el objetivo de abarcar aspectos exógenos propios de los mercados, así como de los referidos al proceso de negociación (habilidades de regateo, necesidad de la compra).

El modelo y procedimiento resaltan entre otros aspectos por:

- El punto de mira radica en vinculación con los objetivos y estrategias de la organización.
- Gran flexibilidad, pues el desarrollo del ciclo medición y gestión del Capital Intelectual a través de sus fases, partiendo de las dimensiones propuestas en el modelo donde, la identificación de los elementos e indicadores se convierte en un proceso a la medida para cada organización.
- Extenso, con la finalidad de detallar cada uno de sus componentes, estrechas uniones y acciones decisivas para la organización.
- El procedimiento a seguir es bien fácil y con un orden lógico en sus pasos y fases, las cuales se apoyan en herramientas y técnicas estadísticas.
- Es extrapolable, ya que puede ser aplicado a cualquier organización.

Figura 1. Modelo Vega-Rivero de medición del Capital Intelectual

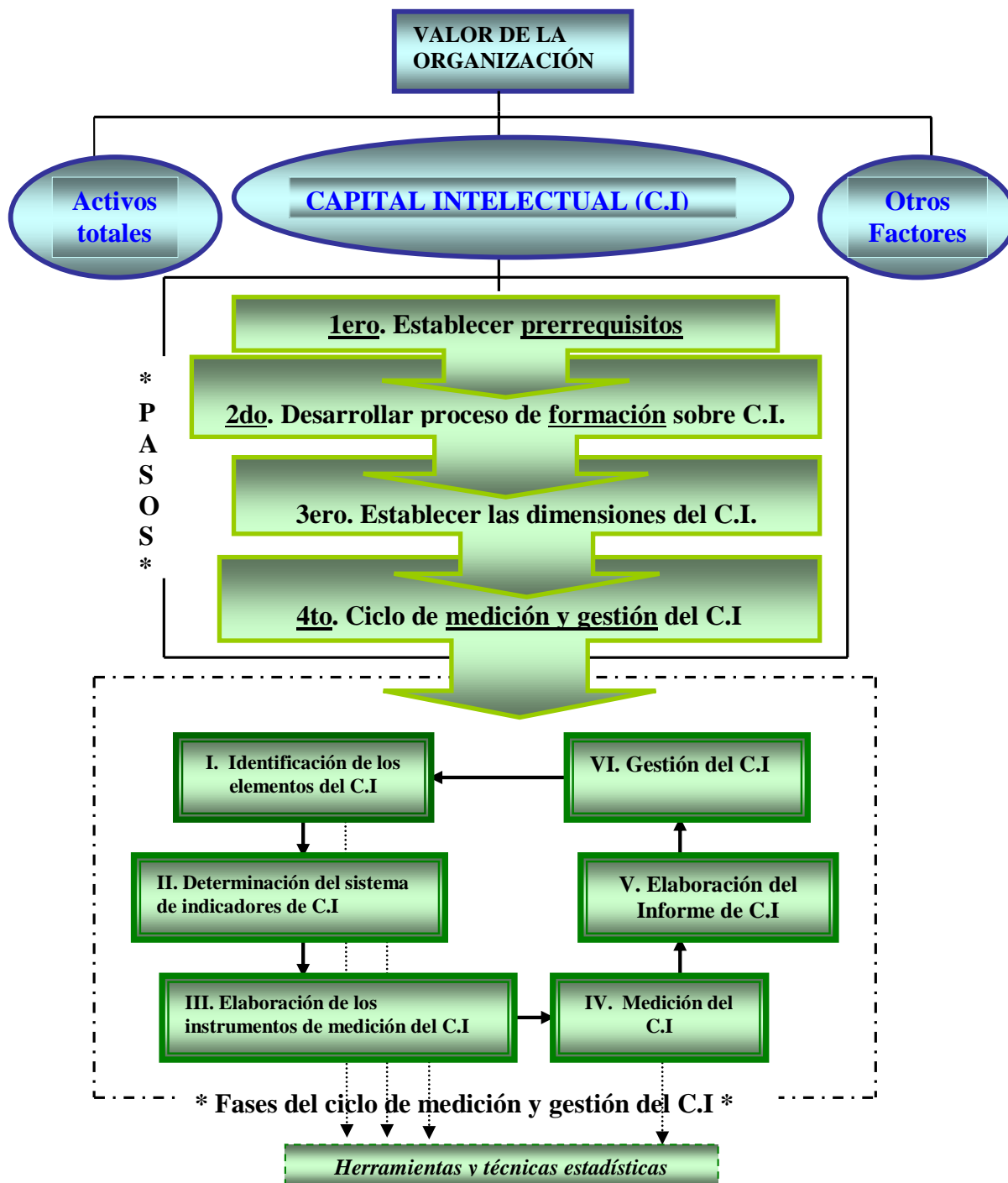


Donde:

I: Indicadores y E: Elementos

Fuente: elaboración propia a partir de Rivero, Vega, & Balagué i Canadell (2003)

Figura 2. Procedimiento de implementación y evaluación del Capital Intelectual



Fuente: (Vega y Rivero, 2001)

El modelo Vega-Rivero ha sido citado por diversos autores durante varios años. Un ejemplo reciente es (Miranda Chica & Quiñonez Mora, 2018) donde lo consideran flexible, extenso

y con una metodología fácil y aplicable a cualquier organización. El mismo se apoya en el procedimiento expuesto en la figura 2 y que se detalla a continuación:

**1er PASO. Establecer en la organización algunos pre-requisitos básicos para el éxito del sistema de C.I:**

Dentro de la organización se debe propiciar un clima favorable para que la medición del Capital Intelectual se convierta en un verdadero sistema que a su vez genere o incremente este inmenso “capital” de forma sostenible. Los siguientes requisitos influyen en la creación del citado clima:

- La organización debe tener un grado de madurez que le permita comprender la necesidad de discutir sus resultados en términos financieros y no financieros.
- Debe estar claramente definida la misión y la visión de la organización, o sea estar proyectada con perspectiva futura a través de la planeación estratégica.
- Debe existir un compromiso e implicación de todos los miembros de la organización en el afán de implementar el sistema de Capital Intelectual, especialmente por parte de la alta dirección.
- El sistema de Capital Intelectual debe estar alineado con los procesos de la organización y en especial con el sistema de calidad.
- Concientización de que el eje central es la búsqueda de aproximaciones y no exactitudes.

**2do PASO. Desarrollar un proceso de formación o educación sobre el Capital Intelectual:**

Una vez establecidos los pre-requisitos, se debe extender a toda la organización el conocimiento de lo que se pretende con la implementación del Capital Intelectual, sus objetivos, alcance, papel de cada miembro de la organización, utilidad de la información, etc. Esta formación puede realizarse a través de consultores o profesionales especialistas en el tema, aunque el equipo de dirección juega un papel importante en lo que se refiere a

los aspectos específicos de la organización, además evidencia compromiso con la meta que se propone alcanzar: implementar un sistema de Capital Intelectual.

### **3er PASO. Establecer las dimensiones del Capital Intelectual:**

Los investigadores han propuestos diferentes subdivisiones de Capital Intelectual, aunque contemplando los tres componentes esenciales: humano, estructural y relacional. En este procedimiento se propone partir de los establecidos en el modelo Vega-Rivero.

*Capital Humano (CH):* se conforma por la creatividad, destreza, potencialidad de investigación, conocimientos, talento y experiencias, entre otras cosas de los miembros de la organización. El componente humano representa un elemento definitivo de cualquier organización, y, por ende, es de enorme importancia centrar la atención e un estilo de gestión organizacional que propicie motivación y compromiso de todos los empleados. (Rivero Díaz, Vega Falcón, & Balagué i Canadell, 2005).

*Capital Estructural (CE):* el Capital Estructural se ha dividido en dos componentes:

- Propiedad Intelectual: consiste en potenciar la Propiedad Intelectual que se destina a la protección de innumerables creaciones que más tarde se convertirán en productos y a la legalización de componentes a través de patentes.
- Capital Organizacional: identifica la forma en que la organización define las metodologías, procesos y garantiza la infraestructura que hacen posible su funcionamiento. El mismo no se refiere, por ejemplo, al estado físico de computadoras que forman parte de los sistemas de información, se refiere a la forma eficiente en que esas computadoras son utilizadas.

*Capital Relacional (CR):* está subdividido en tres componentes para facilitar el proceso de toma de decisiones:

- Capital Clientela: constituido por aquellos elementos relacionados con los clientes externos de la empresa.

- Capital Proveedores: constituido por aquellos elementos relacionados con los proveedores de la empresa.
- Interacción con otros agentes: constituido por aquellos elementos relacionados con agentes que desde el punto de vista social interactúan con la empresa. La relación que se mantiene con universidades, hospitales, escuelas y diversas instituciones, entre otros, hace que la organización interactúe con su entorno.

*Capital Social (CS)*: define el potencial de una organización en términos de los intangibles relacionados con el mercado. Esta dimensión debe captar los atractivos que posee la organización que la hacen tener ventajas competitivas en la decisión de los clientes. Al respecto cabe señalar que dichas ventajas pueden tener tanto origen externo, motivado por la influencia de elementos del entorno, como interno, fundamentado en potencialidades de la misma empresa (Navas López, 2015). El Capital Social asegura que el cliente conozca la identidad de la empresa y lo que hace.

Una vez establecidas las dimensiones se desarrollará a partir de las mismas el ciclo de medición y gestión convirtiéndole en un traje a la medida para cada organización, al tenerse en cuenta las estrategias y objetivos de cada una en particular.

#### **4to PASO. Desarrollar el ciclo de medición y gestión del Capital Intelectual:**

En este ciclo de medición el desarrollo de las fases I, II, III, IV se apoya en diferentes técnicas estadísticas que contribuyan a elevar la objetividad de la investigación como, por ejemplo: método de expertos, ordenación por prioridades, normalización de la información. El proceso de medición y gestión del Capital Intelectual se realiza a partir de las dimensiones establecidas en el tercer paso y consta de varias fases:

Fase I: Identificación de los elementos del Capital Intelectual: a partir del análisis de los objetivos de la organización, se identifican aquellos intangibles que contribuyen a la creación de valor en la organización. En los estudios desarrollados con los expertos y en la revisión bibliográfica se ha evidenciado que existen un grupo de elementos que pueden generalizarse a cualquier organización:

*Capital Humano*

- Satisfacción del cliente interno.
- Clima socio-laboral.
- Formación profesional.
- Motivación.
- Comunicación
- Sentido de pertenencia e implicación.
- Capacidad de innovación.
- Liderazgo.
- Competencias profesionales.
- Trabajo en equipo.

*Satisfacción del cliente interno:* es un aspecto sumamente relevante para los directivos de la empresa cubana de hoy. El índice de satisfacción laboral indica la habilidad de la organización para cubrir las necesidades de los trabajadores e involucra aspectos tales como: condiciones de trabajo, estilo de dirección, relaciones interpersonales, motivación, nivel de compromiso y sentido de pertenencia; factores estos que conllevan a un clima laboral satisfactorio, cuando entre ellos existe una conjugación armónica. Es por ello que la satisfacción no es más que la actitud que mantiene el trabajador frente a las tareas que realiza y está condicionada, a la vez, por los factores antes mencionados. La satisfacción laboral mejora la productividad global de la organización y reduce el absentismo. Centra su atención en dos perspectivas del trabajador:

- Valuación sobre lo que el puesto y el trabajo le proporcionan en la actualidad.
- Lo que el trabajador desea, o cree que debe proporcionarle el trabajo.

Satisfacción = Lo que es (comparado con) Lo que debería ser.

*Clima socio-laboral:* se refiere al ambiente interno existente entre los miembros de la organización y se encuentra en estrecha relación con el grado de motivación de sus participantes. Se refiere a aspectos del clima que lleva a provocar distintas especies de motivación.



Para lograr un adecuado clima socio laboral en una organización se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Lograr un colectivo donde se respire un ambiente de unidad.
- Crear un elevado sentimiento de pertenencia.
- Incentivar la creatividad.
- Ser receptivo a todas las ideas.
- Crear un ambiente de comunicación abierta.

*Formación profesional:* enlaza el contexto económico con el ámbito educacional. Se interpreta la formación como las diversas actividades que se enfocan al logro del desarrollo de la profesionalidad y la competencia de los integrantes de la organización a través de actitudes, valores compartidos y conocimientos. Posibilita el desarrollo a plenitud de cada empleado, contribuyendo de esta forma a la obtención de los logros organizacionales.

*Motivación:* es un aspecto básico para expresar el comportamiento humano en general y el comportamiento organizacional en específico, como derivación del conjunto de deseos, necesidades y expectativas del empleado. Está constituida por todos los factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo, siendo a la vez objetivo y acción.

*Sentido de pertenencia e implicación (compromiso organizacional):* habilidad y disposición del individuo para alinear su conducta con las necesidades, prioridades y transformación de la organización. El grado de compromiso (Davis & Newstrom, 1999) suele reflejar el acuerdo del empleado con la misión y las metas de la empresa, su disposición a empeñar su esfuerzo a favor del cumplimiento de éstas y sus intenciones de mantenerse en ella como uno de sus miembros. Significa que un trabajador comprometido se convierte en un inversor del negocio, aportando sus conocimientos, habilidades, destrezas y experiencia en aras de crear valor y a su vez lograr su satisfacción y realización personal.

*Comunicación:* se define como la integración de actividades organizacionales desarrolladas para crear y mantener efectivas relaciones entre sus miembros, mediante el uso de diversos

medios de comunicación con el enfoque de lograr integración y motivación para contribuir con su labor al logro de los objetivos organizacionales.

*Capacidad de innovación:* es la capacidad de crear o mejorar algo (por ejemplo, un producto, un servicio o ambos, aunque también pueda ser un proceso industrial, una forma de gestión empresarial, diseño o mejora de un proceso) que es nuevo o diferente (no existe en ninguna otra parte) y que aporta valor añadido a alguien (al cliente) en comparación con las soluciones ya existente. La competencia es tan intensa, que la empresa necesita hoy más que nunca de esa imaginación y de ese conocimiento para, no ya satisfacer al cliente, sino sorprenderlo, entusiasmarlo, ilusionarlo, apasionarlo, hacerlo feliz.

*Liderazgo:* debe ser entendido, primeramente, como una clase de influencia mediante la cual se puede lograr que los miembros de una organización colaboren voluntariamente y con entusiasmo al logro de los objetivos organizacionales. El líder es aquella persona que influye en las demás por su carisma, por sus habilidades y conocimientos, haciendo que el resto participe en las actividades de la organización que él apoya, sin que para ello tenga que estar dotado de autoridad formal. El liderazgo implica dirigir, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas fundamentales, es también una labor muy concreta, pues requiere un trabajo directamente con la gente, con el objetivo de establecer una atmósfera adecuada para que los administradores contribuyan a que los empleados den lo mejor de sí.

*Competencias profesionales:* es la capacidad de un individuo para aplicar el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño de una función laboral. El concepto de competencia engloba no solo las capacidades requeridas para la ejecución de una actividad profesional, sino también un conjunto de comportamientos, facultad de análisis, toma de decisiones, transmisión de información considerados necesarios para el pleno desempeño de la ocupación. Los empleados que posean competencias serán capaces de tomar para sí situaciones dinámicas donde la expansión del conocimiento en función de objetivos y estrategias será el factor decisivo en la búsqueda de la competitividad.

*Trabajo en equipo:* constituye un colectivo de empleados con diferentes competencias, habilidades y aptitudes; con un propósito en común que están laborando de forma integrada para lograr objetivos claramente identificados.

#### *Capital Estructural*

El Capital Estructural se ha subdividido en Propiedad Intelectual y en Capital Organizacional. Dentro de los componentes de ambos, se pueden citar:

#### *Propiedad Intelectual*

- Nombre comercial, marcas, patentes.
- Registro de software.
- Investigación y desarrollo (I + D)

#### *Capital Organizacional*

- Cultura organizacional.
- Procesos organizacionales.
- Sistemas de información.
- Cultura innovadora.

*Nombre comercial:* Es el signo o denominación que sirve para identificar a una persona física o jurídica en el ejercicio de su actividad empresarial y que distinguen tal desenvolvimiento de las otras idénticas o similares. A diferencia de las marcas, que distinguen los productos o servicios de la empresa, el nombre comercial distingue a esta última en el ejercicio de su actividad económica.

*Marcas comerciales:* para diferenciar productos y servicios contienen diversas palabras con o sin ningún contenido conceptual, emblemas, dibujos, grabados, estampados, imágenes, combinaciones de colores aplicados a un área determinada de un producto o su envase, combinaciones de letras y números con diseño especial, representando el crédito de sus fabricantes que le concede la exclusividad de usarla como identificación.

*Patente:* es un título que registra el derecho de explotar en privilegio la invención patentada, imposibilitando a otros su fabricación, venta o uso sin aprobación del titular.

*Registro de software y patentes:* representa los derechos de propiedad intelectual o industrial apropiadamente registrados, que posibilitan la explotación exclusiva de ese derecho.

*Investigación y Desarrollo (I + D):* consiste en la realización de trabajos creativos que se desarrollan sistemáticamente, con vistas a acrecentar el volumen de conocimientos sobre la realidad y la ejecución de ellos para crear nuevas aplicaciones.

*Cultura organizacional:* se refiere a un procedimiento de significado cooperado entre los miembros de cada organización, que la distingue de las otras.

*Procesos organizacionales:* la organización debe tener bien diseñados sus procesos y sistemas de control de fallas antes de llegar al cliente, siendo fuentes de beneficio futuro.

*Sistemas de información:* los sistemas de información y las tecnologías ya no sólo procesan información, sino que gestionan conocimiento. La compañía debe dotarse de un sistema eficiente, favorecedor del flujo interno de información y conocimiento, es un activo intangible importante. El retorno de inversión se puede medir de acuerdo al incremento en el nivel de calidad de la comunicación y en cómo se ha logrado reemplazar las formas tradicionales de comunicación, como los impresos y la interacción persona a persona, ocasionando una reducción en los costos, puede emplearse como vía de autoformación continua y de actualización. Por otra parte, ciertas características de la información como son: ser rápida, oportuna, fundamentada en información concreta, contribuirán a apoyar el proceso de toma de decisiones, haciéndolo más eficiente y efectivo.

*Cultura innovadora:* la innovación es el elemento clave que explica la competitividad, mediante ella se puede elevar la calidad y el rendimiento, brindar un mejor servicio, lograr tiempos de respuesta más cortos, funcionalidades más adecuadas y mayor seguridad y

fiabilidad. La única manera de que una empresa sea competitiva a largo plazo es innovando más que la misma competencia.

#### *Capital Relacional*

El Capital Relacional se divide a su vez en tres dimensiones, las cuales incluyen los elementos siguientes:

#### *Capital Clientela:*

- Satisfacción del cliente externo.
- Calidad del servicio.
- Retroalimentación.

#### *Capital Proveedores:*

- Satisfacción con proveedores.
- Satisfacción de los proveedores.
- Alianzas estratégicas.
- Calidad de los canales de distribución.
- Interacción con otros agentes:
- Satisfacción con agentes del entorno.
- Satisfacción de los agentes del entorno.
- Negocios conjuntos.
- Calidad de los canales.

*Satisfacción del cliente externo:* Los clientes son una verdadera fuente de información para la organización, los mismos sirven de faros y son imprescindibles en la proyección de la finalidad e imagen de la misma; a través de sus necesidades y demandas la organización es capaz de desarrollar las competencias necesarias en el afán de satisfacerlas. La satisfacción del cliente reviste cada vez más importancia para el desarrollo empresarial; ya no se trata solo de satisfacer necesidades, sino también de cubrir expectativas; que el

cliente perciba aspectos intangibles como (preocupación, profesionalidad, interés, etc.) más allá de la oferta de un producto o servicio.

*Calidad del servicio:* normalmente los clientes califican la calidad de un servicio de acuerdo a sus aspectos tangibles, su fiabilidad, su capacidad de rápida respuesta, su seguridad, y también influye el factor de empatía.

*Retroalimentación:* la retroalimentación contribuye a crear valor futuro pues esta proviene de los clientes externos o de agentes del entorno, permitiendo conocer las debilidades y fortalezas de la empresa. Además, permite comprender las posibles insatisfacciones, lo que deviene en oportunidad de acción favorable en este sentido. Es el proceso mediante el cual el emisor se entera cuáles han sido los resultados de la expresión de sus ideas.

*Satisfacción con proveedores:* la gestión eficiente respecto a la selección de los proveedores, de forma que garantice un servicio que satisfaga las expectativas, para responder de la misma forma en su proyección hacia el exterior. Esta buena selección permitirá lograr negociaciones, contratos y otras ventajas.

*Satisfacción de los proveedores:* igualmente que ocurre con la satisfacción de los clientes, ocurre con los proveedores, siendo un indicador positivo para la organización, la satisfacción de los mismos, quienes también se constituyen en divulgadores de los servicios que brinda cada organización.

*Alianzas estratégicas:* en una alianza estratégica las empresas cooperan por necesidades simultáneas y conllevan los riesgos con vistas a alcanzar objetivos comunes.

*Calidad de los canales de distribución:* Un buen canal de distribución garantiza el servicio a todo el mercado de clientes potenciales y la maximización de los ingresos derivados de las ventas de productos y servicios.

*Satisfacción con agentes del entorno:* en el contorno público los enlaces con otras entidades, agentes sociales o medios de comunicación son activos intangibles de gran poder. Contribuyen a compartir conocimientos como fuente de retroalimentación respecto a la actividad fundamental de la entidad, así como de la proyección hacia el exterior.

*Satisfacción de los agentes del entorno:* la calidad de las relaciones con los agentes del entorno y la satisfacción de estos se convierte en beneficios a través del fortalecimiento de la imagen y reputación en el ambiente en que se desenvuelve la empresa.

#### *Capital Social*

- Imagen
- Administración eficiente
- Impacto medioambiental

*Imagen:* se proyecta a las clientelas cotidianas del servicio, así como a los ciudadanos en general. Significa un intangible valioso para las organizaciones para el logro de sus objetivos.

*Administración eficiente:* el rol de la administración puede determinar el éxito o fracaso de la organización, independientemente de los recursos que posea. Por ello, una administración eficiente que conduzca al crecimiento de forma flexible y no jerárquica, constituye una forma de creación de valor.

*Impacto medioambiental:* las organizaciones empresariales hasta hace poco no se preocupaban en demasía de los costos sociales y medioambientales que ocasiona la actividad productiva, no introduciendo, por tanto, la variable medio ambiental en su gestión empresarial. En la actualidad este aspecto puede determinar una posición competitiva y la aceptación o no de determinados productos o servicios. El impacto medioambiental refleja la disposición que ha tomado la administración para contribuir a la conservación del medio ambiente.

Fase II: Determinación del sistema de indicadores de Capital Intelectual: cada uno de los elementos en que se descomponen los bloques se hacen corresponder con indicadores relevantes, susceptibles de medición. Los indicadores deben poseer características tales como oportunos, fiables, objetivos, verificables y veraces, pudiendo ser financieros y no financieros, lo que se corresponde en este caso con indicadores de eficiencia (generalmente no financiera, representada por índices) y absolutos (financieros), estando constituidos por las inversiones monetarias relacionadas directamente con estos intangibles dentro de cada dimensión establecida. El Capital Intelectual debe medirse en todos sus componentes y dimensiones, es por esto, que esta etapa es primordial.

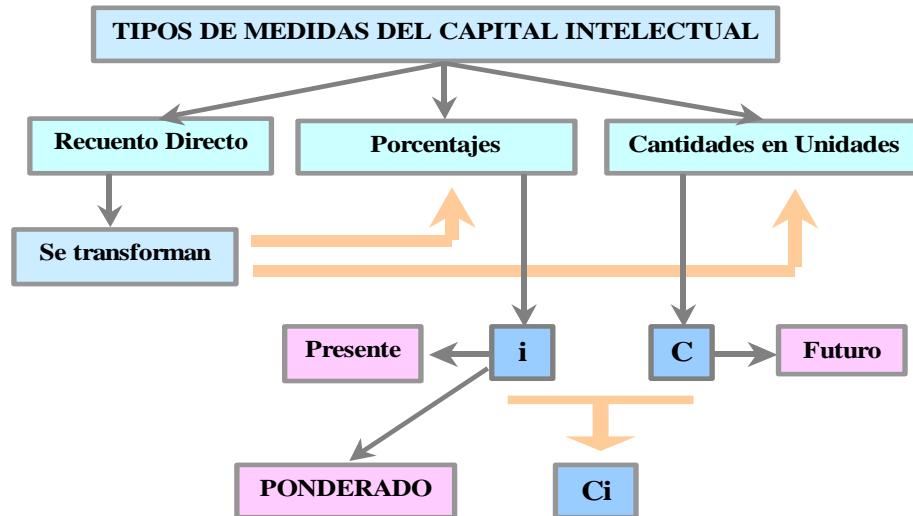
Fase III: Elaboración de los instrumentos de medición del Capital Intelectual: cada uno de los indicadores seleccionados teniendo en cuenta la relación de éstos con las estrategias a cumplimentar, deben ser medidos con diferentes herramientas, tales como: cuestionarios, entrevistas, observación directa, conteo directo, entre otros.

Fase IV: Medición del Capital Intelectual:

- Aplicación de los instrumentos de medición (encuestas, conteo) y procesamiento de la información.
- Recopilación de la información respecto a los indicadores absolutos, obtenida fundamentalmente de los estados financieros.
- Formulación de las unidades de medidas: una vez que se ha recopilado toda la información es preciso homogeneizar las unidades de medida pues como se muestra en la Figura # 3 existen tres tipos de medidas, por cientos, unidades monetarias, y algunas a través de un recuento directo. Estas últimas deben convertirse o bien a porcentajes (identificándose con la letra "I") o bien a unidades monetarias (identificándose con la letra "C"). En la presente investigación se propone trabajar el indicador (*i*) a través de una media ponderada en función de la importancia de cada indicador a los efectos de la estrategia y los objetivos empresariales; el valor de estas ponderaciones se logra obtener a través del criterio de los expertos designados en un trabajo grupal. El siguiente esquema resume lo antes descrito:



Figura 3. Tipos de medidas del Capital Intelectual



Fuente: (Vega Falcón & Rivero Díaz, 2001)

- Determinación del Capital Intelectual: se obtendrá la valoración monetaria del Capital Intelectual, para ello se aplica la fórmula planteada por Edvisson, Leif y Malone, a la cual se le realiza una modificación respecto a la separación de los indicadores por dimensiones, logrando la medición independiente de cada uno con el fin de facilitar la fase de Gestión del Capital Intelectual, además se incluye la ponderación de cada indicador a través de expertos.

CAPITAL INTELECTUAL =  $\sum$  INDICADORES DE MEDIDA ASOLUTA DE CAPITAL HUMANO (C) \*  $\sum$  INDICADORES PONDERADOS DEL COEFICIENTE DE EFICIENCIA DE CAPITAL HUMANO (i) +  $\sum$  INDICADORES DE MEDIDA ABSOLUTA DE CAPITAL ESTRUCTURAL (C) \*  $\sum$  INDICADORES PONDERADOS DEL COEFICIENTE DE EFICIENCIA DE CAPITAL ESTRUCTURAL (i) +  $\sum$  INDICADORES DE MEDIDA ABSOLUTA DE CAPITAL RELACIONAL (C) \*  $\sum$  INDICADORES PONDERADOS DEL COEFICIENTE DE EFICIENCIA DE CAPITAL RELACIONAL (i) +  $\sum$  INDICADORES DE

MEDIDA ABSOLUTA DE CAPITAL MERCADO (C) \*  $\Sigma$  INDICADORES PONDERADOS DEL COEFICIENTE DE EFICIENCIA DE CAPITAL MERCADO (i).

$$CI = \Sigma [(C*i)CH] + \Sigma [(C*i)CE] + \Sigma [(C*i)CR] + \Sigma [(C*i)CM]$$

La ecuación se basa en el supuesto de que la inversión para el futuro es la clave del éxito empresarial a largo plazo, es decir, la determinación de las inversiones efectuadas con capacidad para obtener beneficios (C) constituye el primer elemento y en segundo lugar una cifra que ponga de manifiesto la eficiencia actual en el uso de dichas inversiones (i) en la creación de riqueza, incremento de la productividad y valoración de los clientes.

*C (variable absoluta)*: representa las inversiones realizadas para mejorar la competitividad de la empresa y su capacidad para obtener beneficios futuros, por ejemplo: inversión en tecnología de la información, inversión en formación de los empleados, inversión en comunicación con clientes, etc. Es bueno destacar, que en la mayoría de los casos son informaciones que aparecen en el Balance General, reflejados como activos o en el Estado de Resultados, reflejados como gastos. Lo que se pretende es poner de manifiesto todo aquello que genera valor futuro para la organización, de ahí que a la mayoría de estas informaciones se le consideran “inversiones” y que además tienen efecto directo sobre los índices de eficiencia seleccionados, de ahí que se hace imprescindible su interpretación aplicando criterios que actualmente no figuran en la normativa contable como por ejemplo el análisis causa-efecto.

*i (variable eficiencia)*: es el auténtico detector de la ecuación  $C*i$ . Así como la variable absoluta subraya el compromiso de la empresa con el futuro, la variable de eficiencia (i) relaciona dichas inversiones con su comportamiento actual. Para el cálculo de i se opera con la media de los porcentajes de índices de eficiencia, por ejemplo: cuota de mercado; índice de satisfacción de clientes, índice de motivación de empleados; índice de horas de formación, etc.

Para la determinación del coeficiente de eficiencia Edvinson y Malone se basan en el promedio de los mencionados índices:

$$i = n/x$$

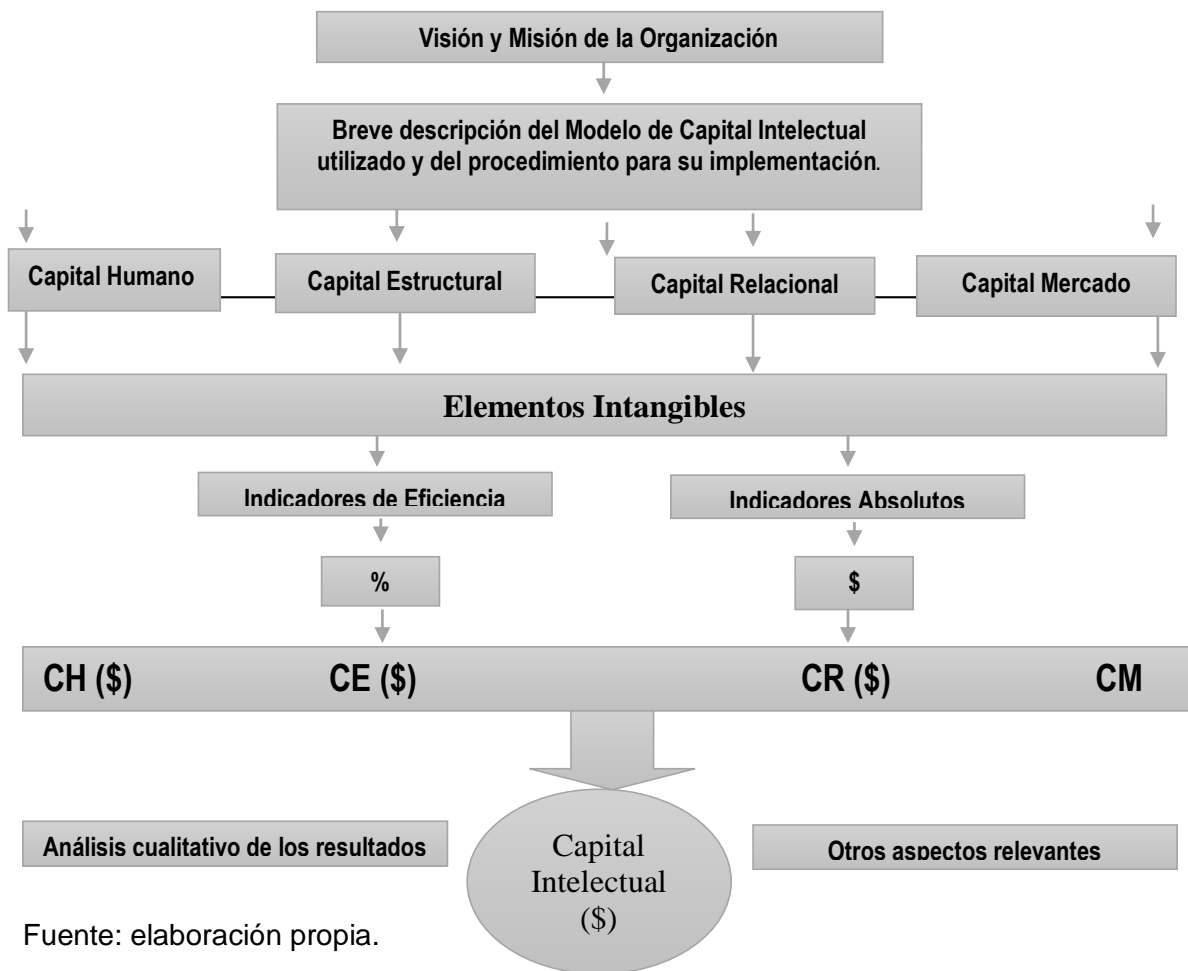
Donde:

n: suma de los valores decimales de los índices de eficiencia.

x: número de índices.

Fase V: Elaboración del Informe de Capital Intelectual: mediante el mismo la organización divulga información sobre los intangibles que componen su Capital Intelectual. Por lo tanto, este informe debe contener el trabajo desplegado para desarrollar y mantener la estrecha interrelación de los componentes del Capital Intelectual, proporcionando información clara y precisa para la toma de decisiones. Para la presentación del Informe de Capital Intelectual se propone utilizar la estructura de la Figura # 4.

Figura 4. Estructura propuesta para la presentación del Informe de Capital Intelectual



Fuente: elaboración propia.

Como se aprecia, la propuesta de Informe de Capital Intelectual se estructura en:

- Visión y misión de la organización: aquí se plasman estos elementos de la planificación estratégica de la entidad objeto de estudio.
- Breve descripción del modelo de Capital Intelectual y del procedimiento para su implementación: expresa una síntesis del modelo, las dimensiones en que se divide y sus características esenciales. También muestra el procedimiento a seguir para la implementación de dicho modelo.
- Evaluación de Capital Intelectual: se presenta la relación de los valores de los indicadores absolutos y de eficiencia de cada uno de los componentes Capital Intelectual y a continuación se ofrece el valor del Capital Intelectual de la organización desagregado por componentes.
- Análisis cualitativo de los resultados: se incluye un análisis valorativo de los resultados numéricos obtenidos en la evaluación del Capital Intelectual, además de proyectar los aspectos más positivos y negativos resultantes de la aplicación de los métodos y técnicas de medición.
- Otros aspectos relevantes: se incluye la información que, a pesar de ser relevante, no se puede recoger en los indicadores por razones específicas.

Fase VI: Gestión del Capital Intelectual: en la gestión del Capital Intelectual la organización interpretará los resultados obtenidos y tomará las decisiones pertinentes, con la finalidad de optimizar la creación de valor de sus intangibles, seguidamente tendrá como nuevo reto la iniciación de un nuevo ciclo de las fases y si así lo requiriera un cambio en su estrategia. En la fase de gestión la empresa deberá cuestionarse la creación o no de valor por parte de los elementos que identificó en la Fase I y en función de la respuesta seguir las siguientes acciones:

- SI: va acompañada de acciones pro-activas y de un seguimiento cuidadoso.
- NO: le siguen acciones correctivas y el seguimiento es vital en este caso.

En ambos casos se repite el ciclo, en función de identificar algún elemento nuevo o eliminar alguno que no esté creando valor. No es ocioso recordar que el mundo progresa de manera

veloz, por lo que ya no basta con reaccionar de forma vertiginosa ante los cambios del entorno: se llegará tarde de todos modos. La reactividad debe ceder terreno a la proactividad, convirtiendo a todos en promotores del cambio, capaces de crear el futuro, no esperando por él, sino adivinándolo.

### **Consideraciones finales**

A pesar de las bondades del modelo y procedimiento propuesto, los propios autores reconocen algunas brechas en el mismo, dejando abierto el camino a elaboraciones más avanzadas e integrales, entre las que pueden señalarse:

- En el tratamiento del Capital Relacional debe desarrollarse con fuerza la mención del tema fiscal por la relevancia social y su impacto sobre la imagen corporativa.
- Sería importante y un valor agregado del modelo y procedimiento propuesto considerar el efecto combinado o sinergia que aporta el Capital Intelectual en el accionar conjunto de sus partes integrantes con el resto de los recursos productivos.
- Sería significativo, aunque no representa el objetivo central y puede ser el camino a recorrer en futuras elaboraciones, abordar el tema de una estandarización y conferir una mayor objetivización a la valoración de intangibles que permita comparaciones interorganizacionales, tan necesarias a los efectos del control de las entidades estatales superiores.
- Los autores se proponen continuar las investigaciones orientadas a perfeccionar los resultados obtenidos en esta investigación, así como hacia el desarrollo de otros enfoques tales como la valoración de la contabilización del Capital Intelectual.

### **CONCLUSIONES**

Aún la contabilidad financiera no informa lo suficiente respecto a los activos intangibles, por lo que su definición, medición, contabilización y gestión, siguen representando un desafío para la comunidad científica internacional.

Los autores consideran que el modelo contable actual resulta insuficiente, dado que es incapaz de expresar el valor de diversos elementos intangibles que resultan difíciles de valorar con fiabilidad, agrupados en sus componentes de Capital Humano, Capital Estructural, Capital Relacional y Capital Mercado. Por ello, las empresas necesitan disponer de una mejor información acerca de sus intangibles, pues la brindada en la actualidad por los estados contables, impide gestionarlos con acierto, a pesar de constituir su más valioso recurso.

El Modelo Vega-Rivero de medición y gestión del Capital Intelectual se diferencia de otros conocidos, al dividir el Capital Relacional en: Capital Clientela, Capital Proveedores e Interrelación con otros Agentes, con el fin de proporcionar una información más desglosada a los encargados del proceso de toma de decisiones. Asimismo, resalta por su alineamiento con los objetivos y estrategias organizacionales, permitiendo desarrollar con flexibilidad el ciclo de medición y gestión del Capital Intelectual a través de sus fases, siendo además extrapolable a cualquier tipo de organización.

La propuesta de Vega-Rivero aporta científicamente al tratamiento de los intangibles, presentando un modelo y su respectivo procedimiento, con una evidente articulación metodológica enfocada tanto a la medición como a la gestión; apoyándose en la integración de métodos y técnicas estadísticas que le conceden solidez a la propuesta.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Archibold , W. y Escobar, A. (2015). *Dimensión Empresarial*, 13(1), 133-146.
- Azofra, V., Ochoa, M. L., Prieto-Moreno, B., & Santidrián-Arroyo, A. (July/Sept. de 2017). Creando valor mediante la aplicación de modelos de capital intelectual. *Innovar*, 27(65), 26. doi:10.15446/innovar.v27
- Baruch, L. (2004). Intangibles en la encrucijada. *Revista de Contabilidad y Dirección*.
- Davis , K., & Newstrom, J. (1999). *Comportamiento humano en el trabajo*. Ciudad de México: Mc Graw Hill.

- Fernández-Jardón, C. M., & Martos, M. S. (abril-junio de 2016). Capital intelectual y ventajas competitivas en pymes basadas en recursos naturales de Latinoamérica. *Innovar*, 26(60), 117-132. doi:10.15446/innovar.
- F-Jardon, C. M., & Martos, M. S. (2014). Capital intelectual y competencias distintivas en pymes madereras de Argentina. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, 54(6).
- Miranda, N. C., & Quiñonez, V. V. (2018). *MODELO DE GESTIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL PARA EL HOTEL X*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Navas, J. E. (Enero - junio de 2015). Reflexiones sobre la identificación y medición del Capital Intelectual de la empresa. *Revista Ciencias Estratégicas*, 23(33), 7.
- Ordóñez de Pablos, P. (2000). Obtenido de Herramientas de medición del Capital: <http://gestiondelconocimiento.com/>
- Pardo, M., Armas, R. y Chamba, L. M. (2017). Valoración del capital intelectual y su impacto en la rentabilidad financiera en empresas del sector industrial del Ecuador. *Revista Publicando*, 4(13), 195.
- Ramírez, Y. (2012). *El Capital Intelectual en las instituciones de Educación Superior*. Madrid: Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Ministerio de Economía y Competitividad.
- Ricardez, J. D., & Borrás, F. (2013). *El capital intelectual, una perspectiva para la sustentabilidad de las organizaciones México-Cuba*. Xalapa: Universidad Veracruzana.
- Rivero, D., Vega, V., & Balagué i Canadell, J. (2003). Importancia del Capital Intelectual en el turismo. *Retos Turísticos*, 2(2-3), 7.
- Rivero, D., Vega, V., & Balagué i Canadell, J. (Febrero de 2005). La medición del capital intelectual en las universidades. Un modelo para potenciar su aportación a la sociedad. *Capital Humano*(185), 35. Obtenido de [https://factorhuma.org/attachments\\_secure/article/4215/c64\\_C\\_Humano\\_capital\\_intelectual\\_universidades\\_185\\_2.pdf](https://factorhuma.org/attachments_secure/article/4215/c64_C_Humano_capital_intelectual_universidades_185_2.pdf)
- Salas, V. (1989). La información como soporte de los Activos Intangibles. *Revista de Economía*, 18-21.
- Vega, V. (2016). *Medición del Capital Intelectual*. Quito: Editorial Jurídica del Ecuador.

Vega, V. y Rivero, D. (abril de 2001). Ponencia presentada en el Congreso Internacional de Contabilidad y Finanzas "Tercer Milenio". *Capital Intelectual: Nuevo Desafío a la Contabilidad*. Ciudad de La Habana, La Habana, Cuba.