

# El capital intelectual como diferencia entre los activos y los pasivos intangibles

La mayor parte de los autores coinciden en identificar directamente el concepto capital intelectual con los activos intangibles de la empresa. Sin embargo, desde nuestro punto de vista y siendo fieles al concepto contable, proponemos que el capital intelectual se calcule como diferencia entre los activos intangibles de los que dispone y los pasivos intangibles que debe soportar. De esta manera, se podrá elaborar un Balance Intelectual en el que, por cada tipo de Capital considerado, aparezcan sus Activos Intangibles, en el Activo, y sus Pasivos Intangibles, en el Pasivo. De esta forma, si aquellos son superiores a éstos, el Capital intelectual será positivo e irá, para equilibrar las partidas, en el Pasivo del Balance. Si, por el contrario, los Pasivos Intangibles superan a los Activos Intangibles, la empresa tendrá un Capital intelectual deficitario y deberá situarse en el Activo del Balance

## José Miguel Rodríguez Antón



Profesor Titular de Organización de Empresas  
Universidad Autónoma de Madrid

Muy frecuentemente surgen términos que pretenden expresar nuevos conceptos en el ámbito del *management*, los cuales son admitidos por parte de la comunidad académica sin iniciar una adecuada reflexión sobre la adecuación del nuevo término a su significado tradicional. Esto ocurre, sin ir más lejos, con el Capital Intelectual.

Como indica Bontis (1998), apoyándose en Stewart (1997) y en Sveiby (1997), "el capital intelectual ha sido *analizado* por muchos, *definido* por algunos, *comprendido* por un selecto número y *medido* formalmente por prácticamente nadie." Aunque ya han pasado unos cuantos años desde esta afirmación y la situación actual no es tan negativa como la que pintaba este autor, a nosotros nos interesa tratar, en este trabajo, los tres últimos puntos citados definición, comprensión y medición, dado que el primero se da por supuesto a la luz de la abundantísima bibliografía y experiencias prácticas existentes sobre el tema.

## 1. Definición.

Si efectuamos una rápida revisión a la literatura especializada, la mayor parte de los autores hablan, inciden, o dejan entrever, la importancia que los activos intangibles tienen en el Capital Intelectual. Así, Johnson y Kaplan (1987) afirman que "el valor económico de una organización no es únicamente la suma de los valores de sus activos tangibles (...) sino que también incluye el valor de *activos* intangibles como el stock de productos innovadores, el conocimiento de procesos de producción flexibles y de alta calidad, el talento de los empleados, la fidelidad del cliente, la sensibilidad hacia el producto, la confianza en los proveedores,...". En esta línea, Stewart (1997) define el capital intelectual como "el material intelectual que ha sido formalizado, capturado y gestionado para crear bienestar a través de la producción de *activos* de mayor valor". Finalmente, Bueno (2003), refiriéndose a los principales enfoques existentes en el ámbito del *knowledge management*, defiende que existe un enfoque, específico del capital intelectual, que "pretende presentar los modelos para la identificación y medida del conjunto de *activos* intangibles que componen, según diferentes bloques o sistemas, el capital intelectual de las organizaciones ..."

Sin embargo, si acudimos al origen contable del vocablo Capital, nos encontramos con algunas disfunciones semánticas. Como es bien sabido, la consideración de la existencia de un Capital Intelectual en las empresas es un desafío para la gestión e incluso para la técnica **contable** (Meritum, 2000) y una parte importante de la literatura sobre este capital se ha basado en la perspectiva **contable** y financiera. Es más, Bontis (2001) afirma que "los **contables** están interesados en cómo medirlo en las cuentas anuales, ..."; Handy (1989) sugiere que los activos intangibles organizativos representan tres o cuatro veces el **valor en libros** de los activos tangibles; Sveiby (1997), partiendo del argumento básico vinculado con la diferencia existente entre el **valor contable y en libros** y su relación con el ámbito de los activos intangibles, centra la estructura de su propuesta, el *Intellectual Assets Monitor*, en una consideración fronteriza, clasificando, por un lado, los activos intangibles según su orientación externa (relaciones con agentes externos) o interna, (componentes estructurales). Este doble prisma se complementa con el conjunto de competencias personales (actitudes, aptitudes y capacidades) que desarrollan la gestión de tales intangibles.

Es más, el punto de partida de Edvinsson (1993) para la creación del *Skandia Navigator* surge de la identificación del valor de mercado de la organización insistiendo en el diferencial existente entre dicho valor y el **valor en libros**, partiendo así del capital financiero (**aspecto contable**) y del capital intelectual, como suma de los aspectos vinculados con el capital humano y los relacionados con el sistema organizativo a través del denominado capital estructural, incluyendo en el enfoque humano un análisis de las actitudes, aptitudes y capacidades, mientras que en la perspectiva estructural incluye el apartado de procesos de innovación (como garantía de futuro) contando con la interiorización del ámbito relacional con clientes como parte de este capital estructural, criterio apartado de las actuales consideraciones de modelización del capital intelectual. En esta misma línea, los mercados expresan una sustancial diferencia entre el **valor en libros** y el valor por "conocer, identificar, medir, informar y gestionar el capital oculto, invisible, intangible o intelectual que no reflejan los **estados contables**, alcanzando la brecha, a veces, cifras verdaderamente elevadas". (CIC-IADE, 2003)

Pues bien, una vez que ha quedado patente la fuerte relación existente entre la contabilidad, como disciplina encargada, entre otros aspectos, de medir el valor de una empresa, y el Capital Intelectual, podemos recordar que el Capital puede venir determinado por la diferencia existente entre el Activo de la empresa y su Pasivo, excluido, obviamente, éste. Dicho de otra forma, el Capital no es igual al Activo, siempre habrá que quitarle los otros Pasivos. El Capital hace referencia, por tanto, a los recursos propios con los que cuentan las empresas y se refleja, siempre, en el Pasivo del Balance. Sin embargo, la mayor parte de las definiciones de Capital Intelectual, tal y como hemos citado anteriormente, indican que son únicamente los Activos Intangibles los que lo configuran, olvidando la otra cara de la moneda, es decir, los Pasivos Intangibles.

Por ello, proponemos que el Capital Intelectual de una empresa se defina como "la diferencia existente entre los Activos Intangibles con los que cuanta y los Pasivos Intangibles que debe soportar". En consecuencia, proponemos la siguiente formulación del Capital Intelectual de una empresa:

$$\text{Capital Intelectual} = \text{Activos intangibles} - \text{Pasivos intangibles}$$

## 2. Comprensión.

¿Qué hay en el fondo de este planteamiento? Tras realizar unos cuantos trabajos teóricos sobre el tema y algunos estudios empíricos de aplicación de Modelos de Capital Intelectual a distintos

sectores de actividad, hemos podido constatar que si bien es cierto que todas las empresas cuentan con unos valiosos Activos Intangibles que, como indica Ordóñez (2000) "... si son gestionados y medidos convenientemente, se transforman en una fuente de ventajas competitivas sostenibles...", no es menos cierto que estas mismas empresas deben soportar unos Pasivos Intangibles que drenan o reducen el valor que han generado y las posicionan de manera desfavorable con respecto a sus competidores.

Desde nuestro punto de vista, hasta el momento actual no se ha prestado la atención necesaria a estos Pasivos Intangibles que muchas veces son obviados, olvidados o arrinconados, de forma consciente o inconsciente, pero que juegan un papel trascendental, por lo negativo, en el Capital Intelectual real de las empresas.

En consecuencia, equiparar el Capital Intelectual de una empresa, tan sólo, a sus Activos Intangibles es una imprecisión que debe ser subsanada en aras a una mayor corrección conceptual. Se podría argumentar que ya pueden estar implícitos en los Activos Intangibles los elementos negativos con los que cuenta una empresa, pero, con el fin de clarificar este concepto, no sólo desde el punto de vista doctrinal, sino también desde el punto de vista de la gestión, dirección y desarrollo de los intangibles empresariales, proponemos una distinción y separación entre lo "bueno" y lo "malo" de los intangibles de la empresa. La no aceptación de esta propuesta podría llevarnos a la consideración de un balance contable con una única columna, sin Activo y sin Pasivo, porque en dicha columna estarían los saldos de las distintas partidas contables.

### **3. Medición.**

Con el fin de operativizar esta fórmula, vamos a proponer, partiendo de un Modelo de Capital Intelectual ya definido, el desarrollo correspondiente.

Como es bien sabido, y aunque existen múltiples modelos con propuestas muy variadas, el capital intelectual se suele descomponer en tres componentes principales (Bontis (1996 y 1998); Roos, Roos, Dragonetti y Edvinsson (1998), Stewart (1991, 1994, 1997), Sveiby (1997), Edvinsson y Malone (1997), Saint-Onge (1996), Sullivan y Edvinsson (1996)): Capital humano, Capital estructural y Capital relacional. Esta triple óptica conjuga las actitudes, aptitudes y capacidades de los seres humanos, con las rutinas, procesos y sistemas organizativos, y las redes o ámbitos de relación.

Partiendo de este planteamiento, Bueno (1998) define cuatro capitales básicos, añadiendo, a estos tres, el capital innovación y de aprendizaje, en el cual se acogen los factores relacionados con la creatividad y los esfuerzos de I+D+i, como aseguradores de la variación positiva temporal del capital intelectual. En ese mismo año, el Modelo Intellect (Euroforum, 1998) trata de captar las mejores prácticas encontradas insistiendo en el carácter estructural del modelo para conseguir una visión sistémica del manejo del Capital Intelectual contando, para ello, con un esfuerzo en la definición de sus componentes tales como bloques (capitales), elementos (variables que integran cada capital) e indicadores (métodos para la medición y evaluación de las variables). De éste surge el Modelo Intellectus (CIC-IADE, 2003) que se estructura en componentes, elementos, variables e indicadores y divide el Capital estructural en dos categorías, el Capital organizativo y el Capital tecnológico y hace lo propio con el Capital relacional creando el Capital negocio y el Capital social. En paralelo, Caja Madrid (2004) y el Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento (CIC) del Instituto Universitario de Administración de Empresas (IADE) de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM), definieron un Modelo de Capital Intelectual, aplicado al

sector bancario, denominado Modelo de los Cinco Capitales, que está compuesto por el Capital humano, Capital organizativo, Capital tecnológico, Capital relacional de negocio y Capital social.

Sobre la base de estos últimos modelos, un equipo de investigación internacional (Rodríguez Antón, et al., 2005) proponemos un Modelo de Capital Intelectual aplicado al sector Hotelero, configurado por cinco Capitales: humano, organizativo, tecnológico, relacional de negocio y contextual, que se descomponen en elementos, variables e indicadores. El Capital humano está configurado por: Actitudes, Formación, Competencias y Estructura y naturaleza de la plantilla. El Capital organizativo cuenta con cuatro elementos: Cultura organizativa, Estructura organizativa, Aprendizaje organizativo y Procesos organizativos. El Capital tecnológico cuenta con dos: Dotación tecnológica orientada a la operativa interna y Dotación tecnológica orientada a funciones comerciales. El Capital relacional de negocio posee cuatro elementos: Relaciones con los clientes, Relaciones con los proveedores, Relaciones con los aliados y Relaciones con los competidores. Por último, el Capital contextual se desglosa en otros cuatro: Reputación e imagen corporativa, Responsabilidad social corporativa, Conservación del medio ambiente y Ubicación.

Dadas las dimensiones del modelo -5 capitales, 18 elementos, 89 variables y 106 indicadores- y con el fin de no alargar excesivamente el presente trabajo, vamos a centrarnos en las magnitudes más operativas, los indicadores, del último de los Capitales considerados, el contextual, por ser el más novedoso de los empleados, el cual viene dado por "los intangibles emanados de las actuaciones que un hotel realiza con el resto de agentes sociales que actúan en su entorno, así como los generados por las características específicas de dicho entorno llegando a considerar, incluso, el espacio físico en el que actúa". Éstos indicadores son:

- Premios o reconocimientos públicos recibidos en el último año
- Existencia de un código ético
- Existencia de un código de buen gobierno
- Existencia de un código medio- ambiental
- Porcentaje del presupuesto total dedicado a la defensa y mantenimiento del medio-ambiente
- Existencia de instalaciones adaptadas para personas con discapacidad
- Existencia de sistemas de reducción de desechos sólidos
- Existencia de sistemas de reducción de consumo y de reutilización de agua
- Relación entre el número de habitaciones y el espacio disponible
- Obtención de premios o certificaciones por una adecuada gestión ambiental
- Cercanía a espacios naturales
- Cercanía a centros artísticos o culturales
- Cercanía a centros de ocio o deporte
- Cercanía a instalaciones de transporte
- Cercanía a zonas comerciales o empresariales

Pues bien, la propuesta aquí presentada se fundamenta en la medición, lo más objetiva posible, de los Activos y Pasivos Intangibles propios, en este caso, del presente Capital contextual. Así, por ejemplo, el hecho de no haber recibido un premio o reconocimiento público en el último año se puede considerar un Pasivo Intangible, la existencia de un código ético, un código de buen gobierno o un código medio-ambiental, se pueden considerar como Activos Intangibles, la lejanía con respecto a centros de ocio o deporte o con respecto a instalaciones de transporte, se pueden considerar como Pasivos Intangibles, etc. En los casos en los que al efectuar el diagnóstico de los intangibles de una empresa el indicador elegido sea bivalente – tener o no tener, sí o no, cercanía o proximidad, etc., la opción es clara, determinando rápidamente si ese indicador representa un Activo o un Pasivo Intangible.

Sin embargo, el tema se complica cuando los indicadores, siempre cuantitativos, claro está, pueden ofrecer más de dos valores. En ese caso, nuestra propuesta se fundamenta en considerar Activos Intangibles aquellos que posean un valor superior o inferior –en función de que sea positivo alcanzar valores altos o bajos- a una cantidad determinada que podría venir determinada por la que posee la empresa líder del grupo estratégico en el que se encuentre la empresa. Por ejemplo, si el hotel que se está analizando dedica un dos por ciento a la defensa y mantenimiento del medio-ambiente y el líder del grupo estratégico al que pertenece invierte un tres por ciento, el hotel analizado deberá soportar un Pasivo Intangible dentro de su Capital contextual.

Este mismo tipo de diagnóstico se debería efectuar con los indicadores de los otros cuatro Capitales. Así, podrían resultar Pasivos Intangibles del Capital humano el hecho de poseer un reducido porcentaje de empleados con iniciativa y espíritu emprendedor, o con reducida capacidad para comunicarse de forma oral y escrita en otra lengua, o con una escasa capacidad para trabajar en equipo, etc. El Capital organizativo se podría ver afectado por la inexistencia de un sistema de selección basado en los valores de los aspirantes, o por la existencia de un diseño organizativo poco flexible y que no facilite ni potencie el aprendizaje. El Capital tecnológico se podría ver lastrado por la inexistencia de una página web propia o por no contar con un sistema de gestión de clientes. Por último, el Capital relacional de negocio se podría ver reducido por la aparición de Pasivos Intangibles tales como la inexistencia de alianzas o acuerdos con aliados, a nivel tanto nacional como internacional, la escasa incorporación de nuevos clientes en el último año o la inexistencia de procesos automatizados integrados por los proveedores.

Una vez analizados todos los indicadores del Modelo, se podrá elaborar un Balance Intelectual en el que, por cada Capital, aparezcan sus Activos Intangibles, en el Activo, y sus Pasivos Intangibles, en el Pasivo. De esta forma, si aquellos son superiores a éstos, el Capital intelectual será positivo e irá, para equilibrar las partidas, en el Pasivo del Balance (ver Figura 1). Si, por el contrario, los Pasivos Intangibles superan a los Activos Intangibles, la empresa tendrá un Capital intelectual deficitario y deberá situarse en el Activo del Balance.

ACTIVOS	PASIVOS
ACTIVOS INTANGIBLES del: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capital Humano</li> <li>• Capital Organizativo</li> <li>• Capital Tecnológico</li> <li>• Capital Relacional de Negocio</li> <li>• Capital Contextual</li> </ul>	<div style="text-align: center;">CAPITAL INTELLECTUAL</div> <hr style="width: 50%; margin: auto;"/> PASIVOS INTANGIBLES del: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capital Humano</li> <li>• Capital Organizativo</li> <li>• Capital Tecnológico</li> <li>• Capital Relacional de Negocio</li> <li>• Capital Contextual</li> </ul>

**Figura 1. Balance intelectual de una empresa**

En conclusión, con el doble objetivo de ser más fieles al concepto contable de Capital, y de facilitar la dirección y desarrollo de los intangibles de una empresa, hemos propuesto una definición y un método de cálculo del Capital Intelectual de las organizaciones, que parte de la diferencia existente entre sus Activos y Pasivos Intangibles, para lo cual se hace necesario, previamente, identificar cuáles son éstos y aquellos, lo que les permitirá a las empresas potenciar al máximo estos Activos y reducir al mínimo, o transformar en Activos, sus posibles Pasivos Intangibles.

## Bibliografía citada.

Bontis, N. (1996): "There's a Price on your Head: Managing Intellectual Capital Strategically". *Business Quarterly*, Summer, 40-47.

Bontis, N. (1998): "Intellectual Capital: An Exploratory Study that Develops Measures and Models". *Management Decision*, 36, 2, 63-76.

Bontis, N. (2001), "Assessing knowledge assets: A review of the models used to measure intellectual capital", *International Journal of Management Reviews*, Vol. 3 No. 1, pp. 41-60.

Bueno, E. (1998): "El capital intangible como clave estratégica en la competencia actual", *Boletín de Estudios Económicos*, Vol. LIII, nº 164, agosto, pp. 205-229.

Bueno, E. (2003): "Enfoques principales y tendencias en dirección del conocimiento", en Hernández, R. (Ed.): *Dirección del conocimiento: desarrollos teóricos y aplicaciones*. Ediciones La Coria, Cáceres.

Caja Madrid (2004): Memoria annual, Madrid.

CIC-IADE (2003): *Modelo Intellectus: Medición y gestión del capital intelectual*, Documento Intellectus Nº 5, Madrid.

Edvinsson, L. (1993): "Intellectual Capital shapes the Future Enterprise", *Scandinavian Insurance Quarterly*, number 1, Stockholm, Sweden.

Edvinsson, L. y Malone, M. S. (1997): *Intellectual capital: realizing your company's true value by finding its Hidden Brainpower*, New York, HarperBusiness.

Euroforum (1998): *Medición del capital intelectual. Modelo Intellect*. Editorial I. U. Euroforum Escorial, Madrid.

Handy, C. B. (1989): *The Age of Unreason*. London, Arrow Books, Ltd.

Johnson, H.T. and Kaplan, R.S., (1987): *Relevance Lost: The Rise and Fall of Management Accounting*. Harvard Business School Press.

MERITUM (2000): "Guidelines for the Measurement and Disclosure of Intangibles".First Draft. Paper presented *Meritum meeting*. Sevilla, 27-29 Enero.

Ordoñez, P. (2000): *La dinámica del capital intelectual como fuente de valor organizativo*. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Oviedo, Oviedo.

Rodríguez Antón, J. M. et al. (2005): *Propuesta de creación de un Modelo de Capital Intelectual para el sector hotelero español, mexicano, chileno y dominicano*, UAM, Madrid.

Roos, J., Roos, G., Dragonetti, N. y Edvinsson, L. (1998): *Intellectual Capital: Navigating in the New Business Landscape*, New York, New York University Press.

Saint-Onge, H. (1996): "*Tacit Knowledge : The key to the strategic alignment of intellectual capital*", Strategy & Leadership, April.

Stewart, T. A. (1991): "Brainpower: How Intellectual Capital is Becoming America's Most Valuable Asset". *Fortune*, June 3, 44-60.

Stewart, T. A. (1994): "Your company's most valuable asset: intellectual capital". *Fortune*, october 3, 68-74.

Stewart, T. A. (1997): *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. Doubleday Currency, New York.

Sullivan, P. y Edvinsson, L. (1996): "*A model for managing intellectual capital*", en Parr, R. y Sullivan, P. (eds.), *Technology Licensing*, New York, John Willey & Sons.

Sveiby, K. E. (1997): *The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge-based Assets*, Berrett-Koehler, New York