

**PERTINENCIA DE LOS INDICADORES PARA MEDIR EL CAPITAL INTELECTUAL
EN LA EMPRESA FAMILIAR**

Gaona Tamez Laura Leticia¹

*Nahuat Arreguín Juan Jesús**

*Barboza Ramos Héctor Iván***

RESUMEN

La importancia del conocimiento en la economía actual del carácter intangible del capital intelectual constituye un problema no resuelto en el campo teórico y práctico para su medición y validación; por esto, el objetivo principal de esta investigación es la identificación y validación de indicadores para medir el capital intelectual de las empresas familiares. Por lo que este trabajo está orientado al análisis documental de los fundamentos y modelos de medición del capital intelectual. Los modelos descritos en este trabajo consideran aspectos de suma importancia que las empresas familiares deben conocer para enfrentar la era de la revolución del conocimiento. Estos modelos consideran la capacidad organizacional sustentable, considerando que los números son un pobre sustituto de la imaginación, de la intuición, el juicio, el pensamiento crítico y la creatividad.

Palabras Clave: Capital intelectual, empresa familiar, activos intangibles.

ABSTRACT

The importance of knowledge in today's economy the intangible nature of intellectual capital is an unsolved problem in theoretical and practical field for measurement and validation; Therefore, the main objective of this research is the identification and validation of indicators to measure intellectual capital of family businesses. So this work is oriented to the documentary analysis of fundamentals and measurement models of intellectual capital. The models described in this paper considered important issues family businesses must learn to face the era of the knowledge revolution. These models consider sustainable organizational capacity, considering that the numbers are a poor substitute for imagination, intuition, judgment, critical thinking and creativity.

Keywords: Intellectual capital, family business, intangible assets.

^{1**}Universidad Autónoma de Coahuila- Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte.

INTRODUCCIÓN

Existen algunas empresas de reconocidas marcas que no tienen infraestructura productiva, otras no cuentan con un metro cuadrado de tienda, otras venden millones de dólares anualmente con tan solo cinco empleados. La empresa productora del sistema operativo y software más utilizado en el mundo vale en Bolsa cien veces el valor de sus activos tangibles. Es decir que el 99% del valor de una de las más importantes empresas del mundo no está regido por los patrones tradicionales contables.

Actualmente, los activos intangibles de las organizaciones asumen mayor importancia en relación a los valores reales, conduciendo a la organización tradicional familiar a una crisis debido a que ésta dedica mucho tiempo a un recurso que cada vez tiene menos importancia y muy poco tiempo al verdadero valor en las organizaciones modernas (Sveiby, 1997).

El resultado de ello es que el patrimonio contabilizado (activos tangibles) de las organizaciones vale apenas 15% de su valor total y el 85% lo representan los "activos intangibles no contabilizados". De este modo se entiende que el 15 % está controlado por contadores, analistas financieros, controladores, auditores, Servicio de Impuestos Internos, Superintendencia de Valores, etc., no obstante, el 85% restante no está controlado. Hoy en día los balances o informes financieros no ofrecen información lo suficientemente válida que permita tomar decisiones (Canibano, 2000). Del mismo modo que los organigramas, brochures institucionales y manuales operativos, los estados financieros de las grandes empresas se muestran cada vez más estáticos y obsoletos sin estrategias definidas para representar el valor real de las empresas por lo que ahora se cuestiona su utilización como principal medio de evaluación económico-financiero (Cool y Schendel, 1998). Por lo tanto el objetivo de la investigación es identificar y validar en el campo teórico de la empresa familiar los indicadores para medir el capital intelectual en dichas organizaciones.

El resto de la investigación está organizada como sigue: sección de revisión literaria se presenta literatura relevante al tema de los activos intangibles, la empresa familiar, en la sección de metodología donde se describe que fue una investigación documental, sección de resultados se muestran los resultados obtenidos en la investigación documental, sección de discusión de resultados y conclusiones y sección de referencias bibliográficas.

REVISION LITERARIA

Empresa Familiar

Las empresas familiares son las organizaciones económicas más antiguas de la historia de la humanidad. Su origen más remoto está inscrito en el seno de la familia, ya que los procesos productivos, distributivos y asignativos fueron originalmente una actividad familiar, desde que nuestros ancestros comenzaron a canjear un producto por otro, o cuando la esposa e hijos ayudaban a recoger las cosechas. Ese intercambio es originado en el seno de la familia y ha trascendido en el tiempo hacia otras esferas sociales, dando así el camino para un desarrollo cada vez mayor de las empresas familiares.

La empresa familiar es una realidad que responde a una necesidad del ser humano y que nunca desaparecerá, porque nace en la familia y es beneficiada, pero tanto la familia como la empresa evolucionan de acuerdo a etapas, ciclos de vida y retos.

La Agencia Federal para el Desarrollo de Pequeña Empresa (2002) menciona “un negocio familiar es cualquier negocio en el cual la mayor parte de la propiedad o del control recae dentro de una familia, y en el cual estén involucrados directamente dos o más miembros de la familia. Es también un sistema dual complejo, que consiste en la familia y el negocio; los miembros de la familia implicados en la empresa son parte de un sistema de negocios y parte de un sistema familiar.”

1179

Las empresas familiares cuentan con historia y una experiencia inigualable similar a los patriarcas por que llevan profundamente marcado un legado de tradiciones con un fuerte lazo entre la familia y la empresa, precisamente el objetivo de las empresas familiares es seguir unificados, crecer no solo en miembros sino también en el patrimonio pero organizados con sistemas de innovación. (Perret, 2007)

Activos intangibles

Los activos intangibles son todos aquellos activos no circulantes que sin ser materiales o corpóreos, son aprovechables en el negocio. Estos activos tienen las particularidades siguientes: a) representan costos que se incurren, o bien derechos o privilegios que adquieren para aportar beneficios específicos a las operaciones de la entidad durante periodos que se extienden más allá de aquel en que fueron incurridos; b) los beneficios futuros que se espera que se encuentren en el presente en forma intangible a menudo representados mediante un bien de naturaleza incorpórea. El hecho de que carezca de

característica física no impide de ninguna manera que se le consideren activos legítimos, su característica de activo se la da su significado económico más que su existencia material específica. (Gujardo y Andrade, 2014)

Martínez Conesa y García Meca (2005) presentan las siguientes propuestas de definición de los activos intangibles (Tabla 1):

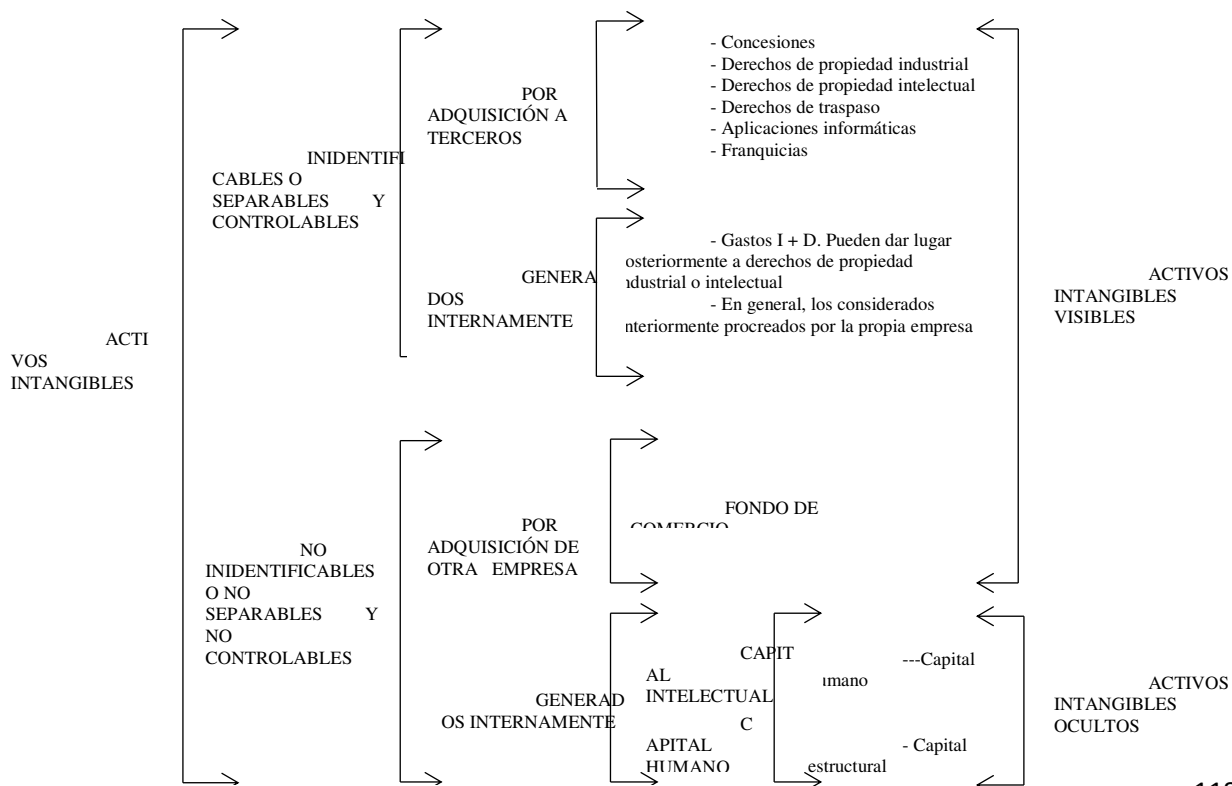
Tabla 1: Definiciones sobre el concepto de activos intangibles.

Autor	Definición
Egginton (1992)	Aquello que conllevan derechos en relación con personas en general o bien conllevan expectativas de beneficios económicos que nos suponen ningún derecho legal.
Belkaoui (1992)	Activos que carecen de sustancia física y que resultan de derechos legales y contractuales, generando beneficios en el futuro de forma probable. Son aquellos activos que incluyen la propiedad intelectual, patentes, marcas.
Hall (1992)	Contratos, base de datos, diseños, así como los conocimientos de empresas relativos a la experiencia de los empleados, cultura de la organización, etc.
OCDE (1992)	Inversiones al largo plazo distintas de la compra de activos fijos y dirigidos a incrementar los futuros resultados de la empresa.
Stickney y Weil (1994)	Activos que sin tener sustancia física pueden ser generadores de beneficios futuros.
Edvisson y Malone (1997)	La posición del conocimiento, experiencia, tecnología, relaciones con clientes y conocimientos profesionales que proveen a la empresa de una ventaja competitiva en el mercado.
Brookings Institution (NY) (2000)	Fuentes no físicas de probables futuros beneficios económicos, adquiridos o desarrollados internamente con costes identificables, vida finita, valor de mercado separado de la empresa y poseído o controlados por la entidad.

Fuente: Martínez Conesa y García Meca (2005)

En esa concepción tienen cabida diferentes tipos de activos intangibles, debiendo presentar todos ellos, como característica diferencial la capacidad de un determinado recurso para obtener beneficios económicos futuros, pudiendo ser utilizado para producir bienes o servicios, además de tener la condición de intangibilidad. Nevado y López, tras un arduo análisis de la normativa contable presentan la clasificación de activo intangible en el esquema 1, el cual se muestra a continuación:

Esquema 1: Clasificación de activos intangibles



Fuente: Nevado y López, El Capital Intelectual: Valoración y

De esta manera, siguiendo la anterior clasificación, nosotros nos detendremos especialmente en el análisis de los activos intangibles ocultos o capital intelectual.

Capital Intelectual

Se ha considerado que el valor de una empresa en particular, está determinado por sus activos tangibles, tales como máquinas, fábricas, terrenos e instalaciones, por lo que no ofrecen, aún, una guía real sobre la capacidad de competitividad actual o el potencial de utilidad futura de una empresa, de este modo es posible entonces registrar en los nuevos y complementarios Estados de Capital Intelectual, valores tan importantes como la capacidad innovadora y emprendedora, la lealtad de los clientes hacia una empresa determinada, el valor de las personas, los índices de fortalecimiento (empowerment) o quizá el coeficiente representativo del talento de la gente en función de sus ventas (Chiavenato, 2002).

Para algunos administradores como Donald Kieso y Jerry Weygandt, el concepto de capital intelectual hace referencia a activos que tienen un valor presente de cero, pero que tiene una posibilidad de generación o decremento de valor en el futuro.

Nevado y López, lo definen como: “El conjunto de activos de una empresa que, aunque no estén reflejados en los estados contables tradicionales, generan o generarán valor para ésta en un futuro, como consecuencia de aspectos relacionados con el capital humano y con otros estructurales, como: la capacidad de innovación, las relaciones con los clientes, la calidad de los procesos, productos y servicios, capital cultural y comunicacional, que permiten a una empresa aprovechar mejor las oportunidades que otras, dando lugar a la generación de beneficios futuros.” (Nevado y López, 2002)

Skandia, compañía Escandinava de seguros y servicios financieros, define el capital intelectual como la posesión de conocimientos, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con clientes y destrezas profesionales que dan a la empresa una ventaja competitiva en el mercado.

Leif Edvinson, promotor del desarrollo de capital intelectual menciona que una gran parte del valor de una empresa es inexplicable e incontable. El conocimiento, la marca, innovación y otros activos invisibles concentran más creación de valor que los factores clásicos de producción en la gran mayoría de los negocios (Edvinson y Malone, 1999). Así también, define cuales son las funciones de desarrollar el capital intelectual:

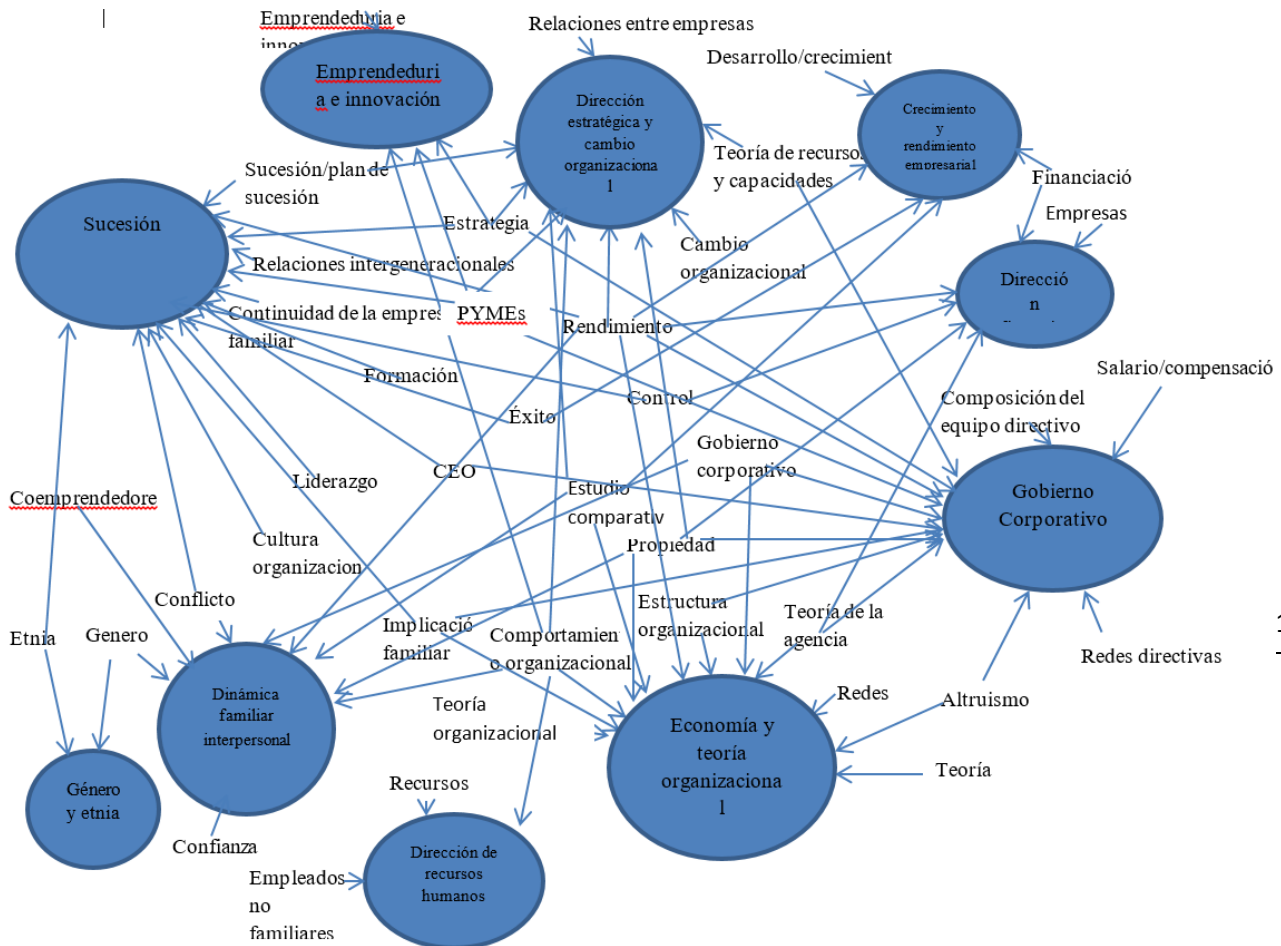
- Identificar y realzar la visibilidad y mensurabilidad de los activos intangibles.
- Captar y sostener la comunidad mediante tecnología de compartir conocimientos.
- Cultivar y canalizar el capital intelectual por medio de desarrollo profesional, entrenamiento e intercambio de información computarizada.
- Capitalizar económicamente agregando valor mediante la circulación de conocimiento, aumento de transferencia de destrezas y experiencia aplicada.

Empresa familiar y Capital Intelectual

Hasta el momento, no se abordan investigaciones sobre identificar y validar indicadores para la medición del capital intelectual en las empresas familiares, este es un tema del cual poco se ha investigado como lo demuestra el artículo referente a la “Evolución de la literatura sobre empresa familiar como disciplina científica” (Benavides, Guzmán, y Quintanilla, 2011) esta investigación recaba todas los temas tratados en los estudios sobre empresa familiar en el periodo de 1961 al 2008. Durante dicho periodo se observa que las temáticas más importantes para la mayoría de las empresas

familiares son: la sucesión, economía y teoría organizacional, gobierno corporativo. Como se muestra en la figura 1.

Figura 1: Red de los principales temas y palabras claves estudiadas, 1961-2008.



Fuente: Benavides, Guzmán y Quintana (2011)

Por lo anterior la identificar y validar en el campo teórico de la empresa familiar los indicadores para medir el capital intelectual merece ser investigado, pues resulta ser de suma importancia para estas empresas, ya que, hoy en día los balances o informes financieros no ofrecen información lo suficientemente válida que permita tomar decisiones (Canibano, 2000). Del mismo modo que los organigramas, brochures institucionales y manuales operativos, los estados financieros de las grandes empresas se muestran cada vez más estáticos y obsoletos sin estrategias definidas para representar el

valor real de las empresas por lo que ahora se cuestiona su utilización como principal medio de evaluación económico-financiero (Cool y Schendel, 1998).

METODOLOGIA

El diseño de la investigación es un plan estratégico que se desarrolla para obtener la información que describa la parte introductoria del tema de manera documental (marco teórico) considerando el problema referente a la medición del capital intelectual del sector empresarial familiar.

En este tema el diseño de la investigación constituirá el plan para hacer una revisión bibliográfica para conocer los indicadores de la medición del capital intelectual para que una vez que se conozcan, poder estar en condiciones de medir y validar dichos indicadores.

La investigación documental consiste en un estudio analítico del conocimiento obtenido y su finalidad es inventariar y sistematizar la producción de un área específica del conocimiento. En primer lugar se puede localizaron aquellos artículos científicos y libros sobre el tema objeto de estudio. Posteriormente se efectuó un proceso de selección de los mismos con el objeto de acotar la cantidad de información considerada para la investigación. En segundo lugar, se dio continuidad a esta investigación a través de la lectura analítica, para este paso se tomó como referencia las orientaciones propuestas por Garcés y Duque (2007). Subsiguientemente, como resultado del procesamiento de la información recopilada, esta se clasifico en categorías: conceptos, clasificación del activo intangible, división del capital intelectual, modelos de medición del capital intelectual. Finalmente, la discusión de resultados y conclusión.

1184

RESULTADOS

Con la información recopilada a través de la investigación documental se presentan los resultados.

División del capital intelectual

En la tabla 2 se muestra una división del capital intelectual de acuerdo con diversos autores.

Tabla 2: División el capital intelectual de acuerdo con diversos autores.

Bruce Morgan	La General Accounting Office de Estados Unidos (GAO)
Activos físicos: Tales como herramientas, equipos, inventarios, todo aquello que representa capital real.	Cientes o Activos de Mercado: Depósito e inversiones de otras instituciones en la empresa o viceversa.
Activos Financieros: Tal como efectivo, seguros, cuentas, activos que representen valor financiero, aquellos medios que tienen la posibilidad d adquirir activos físicos.	Activos de Contrato: Activos soportados por contratos y convenios.
Activos Intangibles: Son aquellos que representan capacidad de producción o generación de ingresos, son aquellos recursos que no son físicos y no son financieros. (Morgan, 1998).	Activos Tecnológicos: Tales como Software, bases de datos y manuales técnicos.
	Activos basados en estatutos: Basado en validez en propiedad legal en cierto periodo de tiempo, como patentes, derechos y cualquier medio de propiedad intelectual.
	Activos de Fuerza de Trabajo: Representa la gente trabajadora, el personal de staff y experiencia de los miembros.
	Activos Financieros: Representa los sobrantes por adquisiciones, manejo legales y arreglos financieros favorables.
	Activos Intangibles: Aquellos que no se pueden identificar por falta de información, porque representan valor.

Fuente de elaboración propia.

Modelos de medición del capital intelectual

1185

SKANDIA NAVIGATOR. Skandia AFS es una empresa sueca de seguros, ha sido una de las empresas pioneras tanto en el desarrollo como en la aplicación de herramientas de medición del capital intelectual. La principal línea de argumentación es la diferencia entre los valores de la empresa en libros y los de mercado. Esta diferencia se debe a un conjunto de activos intangibles, que no quedan reflejados futuros flujos de caja. Para poder gestionar estos valores, es necesario hacerlos visibles. (Edvisson, 1997)

El Navegador Skandia es una herramienta que intenta vincular los indicadores de capital intelectual con los resultados financieros y se compone de 5 apartados:

- Financiero: que incluye el balance de situación, se puede considerar el pasado de la empresa.
- Clientes: capital estructural externo
- Renovación y desarrollo: capital estructural interno, el futuro de la organización.
- Recursos humanos: capital humano de la empresa
- Procedimientos: capital estructural interno

TECHNOLOGY BROKER. Parte del mismo concepto que el modelo de Skandia: el valor de mercado de las empresas es la suma de los activos tangibles y el Capital Intelectual. Este modelo no llega a la definición de indicadores cuantitativos, sino que se basa en la revisión de un listado de indicadores cualitativos, incidiendo en la necesidad del desarrollo de una metodología para auditar la información relacionada con el Capital Intelectual. (Brooking,1996).

Los activos intangibles se clasifican en cuatro categorías, y constituyen el Capital Intelectual:

- **Activos de Mercado:** Proporcionan una ventaja competitiva en el mercado. Indicadores: marcas, clientes, nombre de la empresa, cartera de pedidos, distribución, capacidad de colaboración.
- **Activos de Propiedad Intelectual:** Valor adicional que supone para la empresa la exclusividad de la explotación de un activo intangible. Indicadores: Patentes, copyrights, derechos de diseño, secretos comerciales.
- **Activos Humanos:** Se enfatiza la importancia que tienen las personas en las organizaciones por su capacidad de aprender y utilizar el conocimiento. Brooking afirma que el trabajador del tercer milenio será un trabajador del conocimiento, al que se le exigirá participación en el proyecto de empresa y una capacidad para aprender continuamente. Indicadores: aspectos genéricos, educación (base de conocimientos y habilidades generales), formación profesional (capacidades necesarias para el puesto de trabajo), conocimientos específicos del trabajo (experiencia), habilidades (liderazgo, trabajo en equipo, resolución de problemas, negociación, objetividad, estilo de pensamiento, factores motivacionales, comprensión, síntesis).
- **Activos de Infraestructuras:** Incluye las tecnologías, métodos y procesos que permiten que la organización funcione. El modelo incluye: filosofía de negocio, cultura de la organización (puede ser un activo o un pasivo en función del alineamiento con la filosofía del negocio), sistemas de información, las bases de datos existentes en la empresa (infraestructura de conocimiento extensible a toda la organización).

WESTERN ONTARIO. Modelo creado en la Universidad de West Ontario. Pone en relación al capital intelectual, analizando la relación causa-efecto de sus componentes, con los resultados empresariales. Gracias a su investigación, el capital intelectual puede ser considerado como un conjunto de bloques interrelacionados. Su principal aportación es establecer el capital humano como base de los demás elementos. Emplea indicadores de resultados organizativos. (Bontis, 1996)

INTANGIBLE ASSETS MONITOR. Basa su argumentación sobre la importancia de los activos intangibles en la gran diferencia existente entre el valor de las acciones en el mercado y su valor en libros. Esta diferencia, según Sveiby, se debe a que los inversores desarrollan sus propias expectativas en la generación de los flujos de caja futuros debido a la existencia de los activos intangibles.

La medición de activos intangibles presenta una doble orientación:

- Hacia el exterior, para informar a clientes, accionistas y proveedores.
- Hacia el interior, dirigida al equipo directivo para conocer la marcha de la empresa.

Lo que da origen a un balance de activos intangibles, y los clasifica en tres categorías, en las que se encuentran las siguientes:

- Competencias de las Personas. Incluye las competencias de la organización como son planificar, producir, procesar o presentar productos o soluciones.
- Estructura Interna. Es el conocimiento estructurado de la organización como las patentes, procesos, modelos, sistemas de información, cultura organizativa, así como las personas que se encargan de mantener dicha estructura.
- Estructura Externa. Comprende las relaciones con clientes y proveedores, las marcas comerciales y la imagen de la empresa.

1187

Según Sveiby, las personas son el único agente verdadero en las organizaciones, y las encargadas de crear la estructura interna (organización) y externa (imagen). Ambas, tanto la interna como la externa, son estructuras de conocimiento y que permanecen en la empresa incluso tras la marcha de un alto número de trabajadores. (Sveiby, 1997)

El modelo propone tres tipos de indicadores dentro de cada uno de los tres bloques: Indicadores de crecimiento e innovación: recogen el potencial futuro de la empresa; indicadores de eficiencia: nos informan hasta qué punto los intangibles son productivos (activos) e indicadores de estabilidad: indican el grado de permanencia de estos activos en la empresa.

BALANCED BUSINESS SCORECARD: Este modelo consiste en un sistema de indicadores financieros y no financieros que tienen como objetivo medir los resultados obtenidos por la organización.

Kaplan y Norton comienzan su labor investigadora con la profunda convicción de que los modelos de gestión empresarial basados en indicadores financieros, se encuentran completamente obsoletos. (Kaplan y Norton, 1997)

El modelo integra los indicadores financieros (de pasado) con los no financieros (de futuro), y los integra en un esquema que permite entender las interdependencias entre sus elementos, así como la coherencia con la estrategia y la visión de la empresa.

Dentro de cada bloque se distinguen dos tipos de indicadores: driver (factores condicionantes de otros) e Output (indicadores de resultado). El modelo presenta cuatro bloques:

- **Perspectiva Financiera:** El modelo contempla los indicadores financieros como el objetivo final; considera que estos indicadores no deben ser sustituidos, sino complementados con otros que reflejan la realidad empresarial. Ejemplo de indicadores: rentabilidad sobre fondos propios, flujos de caja, análisis de rentabilidad de cliente y producto, gestión de riesgo.
- **Perspectiva de Cliente:** El objetivo de este bloque es identificar los valores relacionados con los clientes, que aumentan la capacidad competitiva de la empresa. Para ello, hay que definir previamente el segmento de mercado objetivo y realizar un análisis del valor y calidad de éstos.
- **Perspectiva de Procesos Internos de Negocio:** Analiza la adecuación de los procesos internos de la empresa de cara a la obtención de la satisfacción del cliente y conseguir altos niveles de rendimiento financiero. Para alcanzar este objetivo se propone un análisis de los procesos internos desde una perspectiva de negocio y una predeterminación de los procesos clave a través de la cadena de valor. Se distinguen tres tipos de procesos: de innovación, operación y servicio posventa.
- **Perspectiva del Aprendizaje y Mejora:** El modelo plantea los valores de este bloque como el conjunto de drivers del resto de las perspectivas. Estos inductores constituyen el conjunto de activos que dotan a la organización de la habilidad para mejorar y aprender. Se critica la visión de la contabilidad tradicional, que considera la formación como un gasto, no como una inversión.

DISCUSION DE RESULTADOS

Una vez analizados los conceptos básicos de los activos intangibles (tabla 1), su clasificación (esquema 1) y de los modelos de medición del capital intelectual (tabla 3) se presentan los resultados de la investigación documental:

1. **Capital Humano:** En el sector empresarial hace referencia o representa el conocimiento, explícito o tácito, tanto individual como social, que poseen las personas y los grupos que integran la organización, Este capital está integrado por lo que las personas y los grupos que prestan sus servicios para la organización comercial saben y, por la capacidad de estos para aprender y compartir dichos conocimientos con los demás para el beneficio de la organización (Palacios Blanco, 2002).
2. **Capital de organización:** Formado por el conjunto de activos intangibles de naturaleza tanto explícita como implícita, tanto formales como informales, que ordenan, disponen, configuran, desarrollan y organizan de manera eficaz y eficiente las actividades de la organización (Fernandez, Montes, Vazquez, 1998).
3. **Capital de la tecnología:** lo constituyen el conjunto de activos intangibles que están directamente vinculados con el desarrollo de las actividades y funciones del sistema técnico de operaciones de la organización, responsables tanto de las prestaciones de los servicios educativos como del desarrollo de los procesos relacionados con estos servicios (Kaplan, Norton, 2004). El Capital Tecnológico está conformado por las personas y los artefactos tecnológicos que tiene la institución. Este Capital Tecnológico también proporciona una base de conocimiento para el desarrollo de futuras innovaciones en los procesos y en los servicios.
4. **Capital de Negocio:** está representado por el valor que tienen para la organización las relaciones que mantiene con los principales agentes vinculados con sus actividades básicas. Fundamentalmente encarnados en el alumnado, las familias, los sindicatos, las empresas y las demás instituciones, tanto públicas como privadas, que se relacionan con ella.
5. **Capital Social:** se refiere al valor que tiene para la organización las relaciones que esta mantiene con los demás agentes sociales (excluidos los considerados en el Capital Negocio) que actúan en su entorno, expresado en términos del nivel de integración, compromiso, cooperación, cohesión, conexión y responsabilidad social que quiere establecer con la sociedad.

El Capital Intelectual de una empresa es, entonces, igual a su valor de mercado menos el valor contable. De otra manera, el capital intelectual será la medida por la cual esos activos y pasivos intangibles, pueden ser convertidos en retornos financieros para la empresa (Hall R., 1992). Por lo tanto, en una empresa moderna, mientras más invierta en su futuro, menos será su valor contable.

En la actualidad los estados financieros se muestran cada vez más estáticos y obsoletos para representar el verdadero valor de las empresas familiares, ya que no ofrecen información lo suficientemente válida para la toma de decisiones. Este modelo tradicional de contabilidad financiera, que aún es muy utilizado no está consiguiendo acompañar la revolución que enfrentan los negocios

en la era del conocimiento. Por lo que se propone a la empresas familiares buscar identificar su capacidad para crear valor que no solo les de ventaja competitiva y les permita evolucionar, sino que también, descubrir su esencia para todas las actividades humanas en el trabajo, considerando valores tan importantes como la capacidad innovadora y emprendedora, la lealtad de los clientes hacia una empresa determinada, el valor de las personas, los índices de empowerment o quizá el coeficiente representativo del talento de la gente en función de sus ventas, para poder determinar el valor del capital intelectual, y así, sumando a los indicadores financieros los no financieros, se tendrá el valor de mercado de la empresa familiar.

Tabla 3: Fortalezas y debilidades de los modelos de medición del Capital Intelectual

MODELO	FORTALEZA	DEBILIDAD O	CLASIFICACION DEL CI
SKANDIA NAVIGATOR (Edvisson, 1997)	<ul style="list-style-type: none"> • Primeros en valorar el CI, generando un modelo con indicadores cuantitativos. • $CI = \text{Valor mercado} - VL$ • Primeros en crear un puesto de director de CI. 	<ul style="list-style-type: none"> • El capital financiero no reconoce los flujos futuros de caja, no los hace visibles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Humano • Estructural • Cliente • Organizativo • Innovación • Procesos
TECHNOLOGY BROKER.	<ul style="list-style-type: none"> • $\text{Valor Mercado} = AT + CI$ • Lista de indicadores cualitativos. 	<ul style="list-style-type: none"> • No tiene indicadores cuantitativos. • Necesidad del desarrollo de una metodología para auditar la información relacionada con el Capital Intelectual. 	<ul style="list-style-type: none"> • Activo mercado • Activo infraestructura. • Activo propiedad intelectual • Activos humanos.
WESTERN ONTARIO	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza relación causa-efecto de sus componentes vs. resultados empresariales. • Principal aportación establecer al capital humano como base de los demás elementos. • Emplea indicadores de resultados organizativos. 	<ul style="list-style-type: none"> • No tiene indicadores cuantitativos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capital humano • Estructural • Relacional
INTANGIBLE ASSETS MONITOR	<ul style="list-style-type: none"> • Da origen al balance de activos intangibles. • $AI = \text{Valor acciones en el mercado} - VL$. • Las personas son el único agente verdadero en las organizaciones, y las encargadas de crear la estructura interna y externa. 		<ul style="list-style-type: none"> • Bloques del CI • Competencias personales • Estructura interna • Estructura externa • Cada bloque tiene 3 indicadores: • Crecimiento e innovación. • Eficiencia • Estabilidad
BALANCED BUSINESS SCORECARD	<ul style="list-style-type: none"> • Toma en cuenta indicadores no financieros para medir resultados. • Complementan a los indicadores financieros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Considera a los indicadores financieros obsoletos, por lo que los complementa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Financiero • Cliente • Procesos internos del negocio • Aprendizaje y mejora.

Fuente de elaboración propia.

Al analizar las fortalezas y debilidades de cada uno de los modelos de medición del capital intelectual de la tabla 3 se propone como indicadores que permiten identificar y validar el capital intelectual en la empresa familiar los siguientes:

- Capital financiero: activos tangibles y financieros de la empresa.
- Capital humano: importancia del personal y su habilidad para mejorar y aprender.
- Propiedad intelectual: Valor adicional que supone para la empresa la exclusividad de la explotación de un activo intangible. Tales como: Patentes, derechos de diseño, nombres comerciales.
- Activo de mercado: relación con clientes, proveedores, imagen externa de la empresa para generar ventaja competitiva.

CONCLUSIONES

El capital intelectual en el sector empresarial familiar está representado por la medida en la cual los activos y pasivos intangibles como son la capacidad de generar ideas, el coeficiente representante del talento de la gente, la imaginación, la intuición, el juicio, el pensamiento crítico y la creatividad pueden ser convertidos indudablemente en retornos financieros para las empresas locales.

Estos valores intangibles tienen implicaciones de gran relevancia sobre la capacidad de generar ideas de vanguardia que conlleven a mejorar indudablemente el estado financiero de las empresas familiares.

Existe un gran potencial en el capital humano de las empresas familiares que son las que pueden generar las ideas necesarias para favorecer específicamente el sector empresarial. Así mismo, el conjunto de activos intangibles que, aunque no están reflejados en los estados contables tradicionales, generarán valor para una organización en un futuro, como consecuencia de aspectos relacionados con el Capital Humano, el Capital Organizativo, el Capital Tecnológico, el Capital Negocio y el Capital Social

REFERENCIAS

AFDPE, (2002). *Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa. Transferencia de la gerencia del negocio familiar*. [En red] Resumen de Archivo. Disponible en: http://www.sba.gov/espanol/Biblioteca_en_Linea/transferencia.html

Benavides Velazco, C., Guzmán Parra, V., Quintana García, C. (2011). Evolución de la literatura sobre empresa familiar como disciplina científica. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*. 14(2), 78-98

- Bontis, N. (1996). There's a Price on your Head: Managing Intellectual Capital Strategically. *Business Quarterly, Summer*, 41-47.
- Brooking, A. (1996). *Intellectual Capital*. London: International Thompson Business Press.
- Canibaño Calvo, L., García-Ayuso Covarsi, M., Sánchez Muñoz, M. (2000). La valoración de los intangibles: Estudios de innovación vs información contable-financiera. *Análisis Financiero*, 80, 6-24.
- Cool, K.; Schendel, D. (1998). Performance Differences among Strategic Group Members. *Strategic Management Journal*, 9(3), 207-223
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del Talento Humano*. 5ª edición. McGraw-Hill Latinoamericana.
- Edvinsson, L., Malone, M. (1997). *Intellectual Capital*. London: Piatkus.
- Edvinsson, L., Malone, M. (1999). *El Capital Intelectual: Como Identificar y Calcular el Valor de los Recursos Intangibles en la Empresa*. Barcelona: Gestión 2000.
- Fernández, E., Montes, J., Vázquez, C. (1998). Los Recursos Intangibles como Factores de Competitividad en la Empresa. *Dirección y Organización*, 20, 83-98
- Garcés, J., Duque, E. (2007). Metodología para el análisis y la revisión crítica de artículos de investigación. En *Innovar. Revistas de Ciencias Administrativas y Sociales*, 17(29), 184-194
- Guajardo, G., Andrade, N. (2014). *Contabilidad Financiera*. 6a. Edición. Mc Graw Hill.
- Hall, R. (1992). The Strategic Analysis of Intangible Resources. *Strategic Management Journal*, 13, 135-144
- Kaplan, R.; Norton, D. (1997). *Cuadro de Mando Integral (the balanced scorecard)*. 3ª Edición. Harvard Business Press.
- Kaplan, R.; Norton, D. (2004). *La disponibilidad estratégica de los activos intangibles*. Harvard Deusto Business Review.
- Martínez, I., García, E. (2005). *Valoración de las Empresas Cotizadas*. AECA-IAI.
- Morgan, W. (1997). *Strategy and Enterprise Value in the Relationship Economy*. International Thomson Publishing.
- Nevado Peña, D., López Ruíz, V. (2002). *El Capital Intelectual: Valoración y Medición*. Alambra S.A.
- Palacios, J. (2002). *Competitiva basada en el Conocimiento*. México: CIATEC.
- Perret, E. (2007). Innovación en las Empresas Familiares. *Contaduría Pública*, 6, 24-25.
- Sveiby, K. (1997). The Intangible Assets Monitor. *Journal of Human Resource Costing and Accounting*, 2(1), 73-97

Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.