

LOS ACTIVOS INTANGIBLES: EL CAPITAL INTELECTUAL COMO GENERADOR DE VALOR EN LAS ENTIDADES FINANCIERAS

Intangible assets: Intellectual Capital as a generator of value in Financial Institutions

<http://doi.org/10.33255/25914669/602>

María del Carmen García

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Entre Ríos
Paraná, Argentina

mariadelcarmengarcia@fceco.uner.edu.ar

<https://orcid.org/0000-0002-4393-321X>

Recibido:14/09/2021

Aceptado:15/10/2021

Resumen

En la economía del conocimiento, se originan cambios en la naturaleza de los activos que generan valor para las empresas y se plantea la necesidad de proporcionar información sobre los activos intangibles autogenerados, aun no reflejados en la contabilidad tradicional. Hoy las empresas que brindan este tipo de información, muestran datos que consideran más importantes, pues no existe un consenso homogéneo, ni una normalización obligatoria al respecto. En esta investigación de enfoque cualitativo exploratorio y descriptivo se concluye que esta información se debería seguir perfeccionando a futuro dentro de los Informes Integrados, manteniendo el carácter voluntario como información complementaria y no financiera e incorporando ciertas guías estandarizadas para cuantificar y medir el capital intelectual.

Palabras clave: Capital Intelectual - Medición y exposición del conocimiento - Generación de valor - Sector Bancario - Informes de sustentabilidad - Reportes Integrados.

Abstract

In the knowledge economy, there are changes in the nature of the assets that generate value for companies and there is a need to provide information on self-generated intangible assets, not yet reflected in traditional accounting. Today the companies that provide this type of information show data that they consider more important, since there is no homogeneous consensus or standardization in this regard. In this research with a qualitative, exploratory and descriptive approach, it is concluded that this information should continue to be refined in the future within the Integrated Reports, maintaining the voluntary nature as complementary and non-financial information and incorporating certain standardized guidelines to quantify and measure intellectual capital.

Keywords: Intellectual Capital - Measurement and exposure of knowledge - Generation of value - Banking Sector - Sustainability Reports - Integrated Reports.

JEL: M40, M41, M48, G20, G21.

1. INTRODUCCIÓN

En el entorno actual de globalización, competencia, revolución tecnológica y cambios en la naturaleza de los activos generadores de valor de la empresa, se plantea la necesidad de proporcionar información sobre los activos intangibles controlados por la misma.

En el ámbito empresarial, la apreciación del conocimiento como recurso económico ha adquirido particular relevancia durante los últimos veinte años, al reconocerlo como factor generador de valor mediante la aplicación del saber al trabajo. Hoy el capital intelectual tiene una relevancia análoga o hasta superior a la de los demás activos de una empresa.

A pesar de su trascendencia, el modelo contable tradicional no permite reflejar en los estados contables la totalidad de los intangibles, sólo se admiten los adquiridos, por lo que se pone en duda si cumple o no con su objetivo básico de brindar información a terceros que resulte útil para la toma de decisiones.

Para atenuar esta situación, aquellas empresas que brindan este tipo de información, lo que hacen es mostrar datos o aspectos que le parecen más importantes por sus motivaciones particulares y que consideren fundamentales. No hay una normalización obligatoria al respecto, sino una **incorporación voluntaria y efectuada de forma desigual, como información complementaria y no financiera**, de modo que no existe un consenso homogéneo acerca de los datos que permitan al usuario externo comparar entre las diversas organizaciones.

Por ello ésta investigación, de tipo exploratoria, estudiará cómo se realiza la medición y exposición del capital intelectual en la divulgación de la información relevante para terceros que brindan las Entidades Financieras en Argentina - Grupo Financiero Galicia y BBVA Argentina SA -que cotizan sus acciones simultáneamente en los mercados de valores de Buenos Aires y Nueva York, durante el periodo 2016-2019, analizando los informes de gestión, memorias, reportes de sustentabilidad, reportes integrados, entre otros, de las entidades mencionadas.

1.1 Problema de Investigación

Los estados financieros hasta la actualidad no brindan información o en algunos casos lo realizan vagamente respecto de los recursos intelectuales que poseen las organizaciones, uno de los activos más importantes y de gran valor, surgiendo cierta discrepancia entre los valores reflejados por la contabilidad y los que son percibidos en el mercado.

Es por ello que aquellas empresas que brindan este tipo de información, muestran los aspectos que les parecen más importantes por sus motivaciones particulares y, en el mejor de los casos, los que consideren fundamentales. Y lo hacen en **la memoria, en los reportes de sustentabilidad, en los informes de gestión o en los propios informes de capital intelectual**.

No hay una normalización al respecto, sino una **incorporación voluntaria y**

efectuada de forma desigual como información complementaria y no financiera, de modo que no existe un consenso homogéneo de datos que permitan al usuario externo poder comparar directamente entre las diversas organizaciones.

El problema de estos nuevos activos generadores de valor es su naturaleza compleja, la dificultad para medirlos, su interpretación, su gestión y cómo tratar de lograr que la transmisión de la información sobre los mismos sea comparable y relevante para la toma de decisiones.

1.2 Objetivo General

El objeto de estudio de esta investigación es identificar y analizar cómo se realiza la medición y exposición del capital intelectual en la divulgación de la información relevante para terceros que brindan dos de las Entidades Financieras en Argentina "Grupo Financiero Galicia y Banco BBVA Argentina S.A.", que cotizan sus acciones simultáneamente en los mercados de valores de Buenos Aires y Nueva York para el período 2016-2019.

1.2 Metodología

La metodología utilizada es de enfoque cualitativo exploratorio, descriptivo de corte longitudinal, documental y comparativo.

Para su realización las fuentes de datos secundarias son las memorias, informes de sustentabilidad, reportes integrados, estados financieros, informes de gestión, webs corporativas e informes de capital intelectual, correspondientes al periodo indicado precedentemente.

Se realiza un estudio de dos casos, focalizándose en dos de las entidades financieras más importantes en Argentina "Grupo Financiero Galicia y Banco BBVA Argentina S.A." que cotizan sus acciones simultáneamente en bolsa de valores de Bs As y New York (Wall Street), en el periodo 2016-2019, prestando atención especialmente a la información relacionada con el capital intelectual que ellas divulgan.

Como primera medida, se parte del total de empresas que cotizan sus acciones en los mercados de valores de Buenos Aires y Nueva York y se seleccionan en función del tipo de rubro al que se dedican: "Las Entidades Financieras"; luego dentro de ellas, se eligieron dos: por un lado, el "**Banco BBVA Argentina S.A.**" porque es una de las entidades financieras internacionales pioneras en confeccionar informes del capital intelectual, publicando indicadores relevantes para los tres componentes (capital humano, capital estructural y capital relacional). Cabe aclarar que, cuando se dice que es pionera en su confección es porque esta institución financiera es integrante del IBEX 35¹ de España y del proyecto Intellect impulsado por el Instituto

¹ El IBEX 35 es el principal índice bursátil de referencia de la bolsa española elaborado por Bolsas y Mercados Españoles. Está formado por las 35 empresas con más liquidez que cotizan en el Sistema de Interconexión Bursátil Español en las cuatro bolsas española. Dis-

Universitario Euroforum Escorial (España), el cual realiza un modelo de medición del capital intelectual orientado a facilitar la información a terceros para la toma de decisiones y que a su vez sirva para la gestión interna de la empresa; y por el otro, el "Grupo Financiero Galicia", por ser una de las principales entidades financieras de capitales nacionales argentinos, que en el 2018 confeccionó y presentó su primer Informe Integrado, bajo el Marco del Reporte Integrado del International Integrated Reporting Council (IIRC), en el cual se informa no solo el desempeño económico sino también del impacto social y medioambiental del grupo desde la perspectiva de la creación de valor basada en seis capitales (Capital Financiero, Intelectual, Industrial, Humano, Social y Natural). Haciendo la salvedad que para esta investigación, solo se consideraran los datos referidos al Banco Galicia SA.

El criterio para escoger a estas empresas está dado por el acceso directo a la información que está disponible en la bolsa de valores, en las páginas webs corporativas –que son de libre acceso para todo aquel que esté interesado en las compañías–, en trabajos o revistas especializadas en el tema.

La técnica de recolección de datos que se utiliza es el análisis documental y definiéndose como unidades de observación a los estados contables, informes anuales y demás informes mencionados anteriormente, para extraer de ellos los párrafos u oraciones relacionadas con el capital intelectual.

Para efectuar dicho análisis se utiliza como base el modelo desarrollado por Edvinsson & Malone (1999) "Navegador Skandia", para luego ordenarlos, cruzarlos, ver cuánto y cómo divulgan información sobre el capital intelectual, cuál es el contenido que abarcan; de forma tal que estos datos resulten útiles para comparar y encontrar similitudes y diferencias; permitiendo así realizar conclusiones. Los resultados obtenidos también se clasificarán en datos presentes y futuros, datos cualitativos y cuantitativos, datos favorables y desfavorables para la organización, siendo todos ellos incorporados en distintos cuadros o matrices.

Dicho navegador es una de las herramientas más completas de medición del capital intelectual que se centra en la clasificación de los distintos factores que componen el capital intelectual, así como, en la creación de diferentes indicadores y parámetros que contribuyan a medirlo. Identificando claramente la diferencia del capital financiero (incluye activos físicos y monetarios) y del capital intelectual (se refiere a los procesos y activos intangibles). Su objetivo es generar una herramienta para direccionar el proceso directivo de la toma de decisiones.

Incluye cuatro focos:

a) Foco Financiero: que hace referencia al pasado y se compone de los estados contables tradicionales.

- b) Foco del Proceso: se corresponde con el capital estructural
- c) Foco de Clientela: al igual que el anterior, se corresponde con el capital estructural, pero considera otro tipo de capital intelectual. Estos dos enfoques forman parte del presente en la organización.
- d) Foco de investigación y desarrollo: por un lado considera el futuro al cual podría acceder la empresa y por otro es la base en la cual la misma se apoya para ese futuro.

Además, no se debe olvidar del Foco Humano: referido tanto al presente como al futuro. Este se encuentra en el centro de la casa, es decir es el alma, la inteligencia de la propia organización. Es la parte integrante de la empresa, que al finalizar el día se va a su hogar. Se traduce en las capacidades de los empleados, en sus experiencias, en la renovación y desarrollo que permite que la empresa alcance sus objetivos.

Este modelo presenta 111 (ciento once) indicadores, de los cuales se eligieron algunos que como base para analizar la información de las entidades financieras, considerando la posibilidad de ampliarlos durante el proceso de investigación:

- **Foco Financiero:** Ganancias/Patrimonio Neto (\$); Ganancias/Activos totales (\$), Total de Pasivo / Patrimonio Neto (\$), Patrimonio Neto /Pasivo (\$), Total de Activos Fijos (\$), Activo Corriente /Pasivo Corriente (\$). Aquí la clave no es mirar las ganancias a corto plazo, sino tratar de ver en el largo plazo cómo se comporta la organización, si es o no competitiva, si genera o no rentabilidad.
- **Foco Cliente:** proporción de las ventas a los contactos de ventas cerradas (%); Participación en el mercado (%); Visitas a los clientes (#), Ventas anuales/clientes (\$), Índice de satisfacción del cliente (%). Aquí lo que hay que tener en claro, es conocer al cliente al cual le proporcionamos nuestros productos y/o servicios, qué papel juega a la hora de realizar los diseños de los mismos, cual es la duración, la satisfacción, las quejas que se pueden producir en esta relación
- **Foco Procesos o estructura:** Tics/ empleado (#), Calidad de la organización-ejemplo ISO 9000 (#), Gtos en Tics/Gastos administrativos (\$), Gtos administrativos/ empleados (\$). Aquí juega mucho el papel de la tecnología como herramienta para sostener la creación de valor.
- **Foco Investigación y desarrollo:** índice de empleados satisfechos (#), Gastos de I+D/gasto administrativo (%), edad media de las patentes (#), Inversiones en nuevos productos (\$), Gastos en desarrollo de capacidad/empleado (\$). El modelo *Skandia* identifica seis áreas clave para la renovación y el desarrollo de una organización: clientes, atractivos en el mercado, productos y servicios, socios estratégicos, infraestructura, empleados.
- **Foco Humano:** volumen de negocios anual del personal (%), índice de liderazgo (%), Rotación del personal (%), Promedio de años de servicio en la empresa (#).

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 La Nueva Era del Conocimiento: “La Economía del Conocimiento”

En el entorno actual en el que las organizaciones se desenvuelven Mayorga & Arbussà (2018) manifiesta que se puede hablar de un nuevo paradigma económico, La Era del Conocimiento o también llamada Economía del Aprendizaje o Sociedad de la Información. En donde se genera un cambio de mentalidad en cuanto al reporte empresarial, ya que no se concibe identificar la creación del valor solamente por el uso de indicadores financieros dentro la organización, sino que al hablar de creación de valor hay que incluir la gestión y uso de los activos intangibles para la supervivencia a largo plazo.

Es por ello que se han incrementado sustancialmente los requerimientos de la información financiera y no financiera por parte de los directivos. Por lo que el capital intelectual forma parte de los recursos intangibles no tradicionales de las empresas, el cual se va desarrollando y evolucionando a través de la incorporación de nuevos saberes, la administración y medición del conocimiento que poseen las personas.

Las características más distintivas de las organizaciones en esta nueva era son: intensivas en la aplicación de nuevas tecnologías y de constante cambio, con mayor flexibilidad en los procesos productivos, con ciclos de vida más cortos en los productos o servicios, con nuevos diseños en la gestión de los Recursos Humanos, con tecnologías más avanzadas para la producción y generación de información respecto de los productos y/o servicios, con relaciones estrechas entre sus clientes y proveedores adaptándose constantemente a sus necesidades, entre otras, y tienen como base para el éxito, la supervivencia en la innovación, en la gestión y en la creación de conocimiento (Quinapanta, Gomez, Garcia et al. 2012).

Los productos o servicios que ofrecen son la solución a los problemas que no pueden resolverse de manera estándar. La empresa es la que se adapta a las necesidades de los clientes, tornándose empresas flexibles. El personal con el que cuentan es altamente capacitado y muy competente, considerándolos como generadores de ingresos, cuyo principal objetivo es convertir el conocimiento en estructuras intangibles.

Siguiendo a Vázquez & Bongianino de Salgado (2005) se puede apreciar que en las organizaciones del conocimiento, la información fluye a través de las redes. Las computadoras ya no son consideradas herramientas para determinados requerimientos sino que se han convertido en el ambiente mismo en cual se trabaja, se intercambian ideas y se desarrollan productos. Hoy obtener información no es el problema para las organizaciones, sino que el problema radica en ordenar, dar valor, interpretar y comprender a ese gran volumen de información que circula, para lograr un mejor desempeño y poder transferir a otros el conocimiento adquirido.

2.1.2 Antecedentes y Evolución del Capital Intelectual

En este apartado se pretenden conocer algunos antecedentes y a su vez, tratar de temporalizar los principales avances, para adquirir un conocimiento más acertado del capital intelectual, en cuanto a su medición y exposición dentro de las empresas que ayude a organizar el trabajo de esta investigación.

En la literatura existen numerosos trabajos empíricos sobre el capital intelectual, muchos son los investigadores y las instituciones que han aportado definiciones, características, modelos, entre otras cuestiones según sus perspectivas.

Es así que Yu & Humphreys (2013) proponen transformar el enfoque de la medición en un proceso de aprendizaje, incentivando a las empresas para que actúen y aprendan a gestionarlo. Para ellos los flujos de capital intelectual generan nuevos flujos de conocimiento, de práctica y de efectos provocando cambios e innovaciones en la organización, a diferencia de las indicaciones de Giuliani (2013) que indica que el capital intelectual puede tanto crear valor como destruirlo. Además, destaca la necesidad de vigilar y gestionar los pasivos intelectuales para controlar los efectos negativos que se generan.

Por último se cita a Gashenko, Khakhonova, Orobinskaya et al. (2020) autores que muestran cuales son las consecuencias de la automatización total (integral) del emprendimiento a través del prisma de la competencia del capital intelectual humano y artificial en la producción y distribución en la Industria 4.0. Llegando a una conclusión sin precedentes y revolucionaria para la ciencia económica moderna en donde el enfoque más acertado para estudiar la competencia entre el capital humano y el artificial en la industria 4.0 es estimular la automatización de la distribución y no en la producción como se venía dando, para así, optimizar las consecuencias sociales.

2.1.3 Conceptualización e Importancia

Habiendo analizado la evolución y los antecedentes a lo largo del tiempo apoyado en los distintos autores, organismos y sociedades, es oportuno en este apartado tratar de conceptualizar al Capital Intelectual y vincularlo con el conocimiento.

El Capital Intelectual, por ser un concepto relativamente reciente, aún no tiene una definición universal. Es así que, con el propósito de profundizar en el tema y en base a la revisión efectuada de la literatura se encuentran diferentes conceptualizaciones. A continuación se presentan en la tabla n°1 algunos conceptos:

Tabla n° 1: "Conceptos de Capital Intelectual"

CONCEPTOS	AUTOR/AÑO
Es el diferencial entre el valor de mercado y el valor en libros de una empresa	Sveiby, 1997.
Es la combinación de activos inmateriales (de mercado, humanos, propiedad intelectual e infraestructura)	Brooking Annie, 1997.
Es el conjunto de activos de una sociedad que generan o generaran valor para la empresa en el futuro.	Euroforum Escorial, 1998.

Es el conjunto de recursos intangibles de carácter estratégico, que contribuyen a crear una ventaja competitiva y mejorar los procesos.	Ugalde-Binda, Balbastre-Benavent, Canet-Giner et al. 2014.
Es la capacidad de crear valor sostenible en el tiempo. Analizándolo en cuatro factores: financieros, clientes, procesos y humano.-	Edvinsson & Malone, 1999.
Es el patrimonio de la empresa, basada en el conocimiento, que son el resultado de un proceso de transformación o simple conocimiento adquirido (activos intelectuales)	Vázquez & Bongianino de Salgado, 2005.

Fuente: elaboración propia

Por lo expuesto, se puede concluir que dada la naturaleza abstracta de los activos intangibles, resulta muy complicado definir unas características que permitan su diferenciación clara, debido a que éstas son múltiples. No obstante ello, se puede apreciar que existen algunas que se repiten de manera recurrente en casi todas las definiciones que delimitan un espacio común de consenso: **su capacidad de generar beneficios futuros o crear riqueza (cuando lo relacionan con la propiedad intelectual), su relación al conocimiento, su existencia independiente de otros activos y la posibilidad de lograr ventajas competitivas. Aunque no hay consenso aun, en sus definiciones.**

En tal sentido, se puede arribar que el Capital Intelectual, es un activo intangible autogenerado, es el conocimiento que tienen las personas o trabajadores, su capacidad de aprender, siendo el recurso clave para la futura generación de beneficios y de cualquier tipo de capital, como así también, para lograr una ventaja competitiva sostenible en el tiempo en la organización. Sin embargo, este intangible no puede ser comprado, sino solo contratado por un tiempo determinado. Es por ello que competir hoy es gestionar ese conocimiento, es decir crear, desarrollar y mantener fuertes ventajas competitivas, realizando los esfuerzos necesarios para proteger el conocimiento individual y así convertirlo luego en conocimiento organizativo. A raíz de esto, se ha producido un cambio radical en en la cultura y filosofía de las empresas modernas, permitiéndoles mejorar su oferta de bienes y servicios, para llegar a mercados antes inalcanzables.

2.1.4 Componentes del Capital Intelectual

Una vez abordada la conceptualización del Capital intelectual, se puede encontrar en la literatura que se ha alcanzado un consenso respecto de cuáles son los **componentes básicos o elementos que lo conforman**. La mayoría coincide en que el Capital Intelectual se conforma por tres grandes componentes o variables: el Capital Humano, Capital Estructural y Capital Relacional (Ugalde-Binda, Balbastre-Benavent, Canet-Giner et al. 2014)

- **El Capital Humano** refleja el conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y experiencia acumulada tanto para la gestión como en la industria, como también la educación, la motivación, la

creatividad de los empleados.

- **El Capital Estructural (interno)** representa el conocimiento que ha pasado de estar localizado en las personas o en las relaciones entre personas a incorporarse en las estructuras organizativas, como lo son la cultura organizativa, las rutinas, los sistemas de información y de comunicación, la tecnología disponible (equipos informáticos, programas, bases de datos), los procedimientos técnicos, las políticas o procedimientos organizativos, los modelos de negocios, procesos de planificación, procesos para gestionar el conocimiento en entornos flexibles, el clima organizacional, plan de negocios claro y estructurado, entre otros. A diferencia del capital humano, éste sí es de propiedad de la empresa y se puede negociar.

- **El Capital Relacional** muestra el valor de las relaciones que tienen las organizaciones con *el contexto* (con los clientes, proveedores, accionistas, administraciones). Es decir, se refiere al valor que tiene para una empresa el conjunto de relaciones que mantiene con el *exterior* (*los terceros o grupos de interés*). La calidad y sostenibilidad de la base de clientes de una empresa y su capacidad para generar clientes potenciales en el futuro, el trato con los proveedores, las alianzas estratégicas, los accionistas o socios vinculados con redes de apoyo, investigación y colaboración, son cuestiones claves para su éxito, como también lo es el conocimiento que puede obtenerse de la relación con otros agentes del entorno, es decir, la comunicación con instituciones externas aporta conocimientos sobre la industria en donde se desenvuelve la organización, sobre productos con ciclos de vida más cortos y adecuados a las necesidades de los clientes, sobre la competencia, sobre el propio mercado, por nombrar algunos.

Este tipo de capital al igual que el Humano, no puede ser controlado completamente por el ente ya que se basa principalmente en las relaciones humanas.

2.1.5 Modelos de Medición

En este apartado, es pertinente hacer una revisión y análisis de los distintos Modelos de Medición y Gestión del capital intelectual desarrollado por distintos autores y en diversas compañías. Sin embargo, debido a lo reducido que es el presente documento de investigación, no se pueden abordar en su totalidad; por lo tanto, se citarán los más relevantes y alternativamente se referenciarán otros vistos desde distintos ángulos. Cada uno muestra sus fortalezas y debilidades no existiendo un único método válido para cualquier activo intangible, empresa y/o circunstancia. A su vez son la base metodológica para realizar los informes del Capital Intelectual en el segmento patrimonial, utilizando indicadores no financieros para los distintos componentes intangibles con los que cuenta la empresa

A continuación se referenciarán los más relevantes que se basan en la utilización de información no monetaria. Siendo relevante destacar que existen además, alternativas que utilizan la medición monetaria (valuación) en la contabilidad financiera, pero éstos se dejarán para próximas investigaciones. (Barbei, Mejia Soto, Scavone et al., 2017)

Seguidamente en la tabla n° 2, se plasma un resumen de ellos, con los aportes y tipos de capital que cada uno realiza.

Tabla n°2: "Modelos de Capital Intelectual"

<p>MODELO/Autor/Año</p> 	<p>APORTE</p> 	<p>TIPO DE CAPITAL</p> 
<p>Cuadro de mandos Integral (Kaplan & Norton, 1992)</p>	<p>Visión integral de los sistemas de medición para la gestión</p>	<p>Perspectiva Financiera, Del Cliente, de los Procesos Internos del negocio, del Aprendizaje y Crecimiento.</p>
<p>Modelo de West Ontario (Bontis, 1996).</p>	<p>El capital humano es el factor más importante, porque explica el resto de los elementos. Se establecen relaciones de causa-efecto entre los intangibles y los resultados</p>	<p>Capital Humano, Capital Estructural y Capital Clientes</p>
<p>Canadian Imperial Bank (Saint-Onge, 1996)</p>	<p>Relaciona aprendizaje con el conocimiento.</p>	<p>Capital Humano, Capital Estructural, Capital Clientes y Capital Financiero.</p>
<p>Modelo Technology Broker (Brooking,1996)</p>	<p>Identifica la propiedad intelectual de la empresa. Relaciona con los objetos corporativos.</p>	<p>Muestra distintas categorías de activos intangibles: de mercado, de propiedad intelectual, de infraestructura y del individuo (humanos)</p>
<p>Monitor de Activos Intangibles (Sveiby, 1997).</p>	<p>Relaciones entre los bloques e indicadores</p>	<p>Divide los activos intangibles en: Competencias de las personas, Componentes de la estructura interna y externa.</p>
<p>Navegador Skandia(Edvinsson & Malone, 1999)</p>	<p>Divide los objetivos generales o estratégicos de la empresa para medir el capital intelectual a través de indicadores. Considera horizontes de tiempo. Se centra en el capital intelectual. Tiene aplicación empírica.</p>	<p>Enfoque Humano, Enfoque de Clientes, Enfoque Financiero, Enfoque de Procesos, Enfoque de Renovación y desarrollo.</p>
<p>Modelo de Dirección Estratégica por Competencias (Bueno Campos, 1998).</p>	<p>Muestra una visión estratégica. Formulas.</p>	<p>Capital Humano, Capital Organizacional, Capital Tecnológico, Capital Relacional.</p>
<p>Proyecto Intellect (EUROFORUM, 1998).</p>	<p>Modelo flexible. Mide y clasifica los resultados y procesos que genera, combinando distintas unidades de medida. Horizonte temporal. Stocks y flujos.</p>	<p>Capital Humano, Capital Estructural, Capital Relacional</p>

Modelo Intellectus (Bueno, Del Real, Fernandez et al. 2011)	Más avanzado que el M. Intellect. Incluye indicadores, es innovador, flexible y adaptativo para todo tipo de empresa.	Capital Humano, Capital Organizativo, Capital Tecnológico, Capital Social y Capital de Negocios
---	---	---

Fuente: Castilla Polo, F & Ruiz Rodríguez, C. (2014) y Adaptación Propia

Efectuando el análisis de los distintos modelos, a modo de conclusión, se puede observar que existen diferencias entre ellos, que cuentan con una variedad de formas de categorizar y de definir a los activos intangibles, por lo que a simple vista, se hace difícil efectuar comparaciones útiles. No obstante lo cual, en su mayoría se orientan a fuentes externas utilizando indicadores no monetarios, pero analizando los activos intangibles como si fueran independientes o separados de los activos tangibles. Es decir, mostrando la poca conexión que hay con lo informado en los estados financieros, a excepción del Cuadro de Mandos Integral (Kaplan & Norton, 1992) o el Navigator de Skandia (Edvinsson & Malone, 1999) que se caracterizan por ser flexibles, de múltiples opciones y orientados a la representación de valor de la empresa.

Otra distinción y siguiendo la línea de González Millán & Rodríguez Díaz (2010) es que los modelos o herramientas en su mayoría coinciden con las dimensiones o componentes del capital intelectual –algunos con mayor detalle y profundidad que otros- a pesar de los diferentes términos que usan, igualmente lo dividen en Capital Humano, Estructural (Interno) y Relacional (Externo); y a su vez éstos incluyen elementos de gestión como: la conversión de conocimiento (tácito a explícito o a la inversa) y el proceso administrativo. Esto provoca que en algunos casos, se puedan establecer formas de medición efectivas, centradas en el liderazgo, en el desempeño y en las competencias.

2.1.6 Referencias del Capital Intelectual

Habiendo definido en párrafos anteriores al Capital Intelectual, debe admitirse que, si bien parece ser un concepto nuevo no lo es. Pues ha existido desde hace varios años como una cuestión de sentido común, como también para algunos autores como García & Guijarro (2016) uno de los factores o variables que forman parte de la diferencia que surge entre los valores que informa la contabilidad y los valores que se perciben en el mercado de las organizaciones. Ellos argumentan que esas diferencias son importantes y a su vez heterogéneas, ya que se producen por distintos motivos o circunstancias, como la diferente valoración de los activos tangibles, activos y/o pasivos que no fueron incorporados en la contabilidad, características propias de la organización (sector, tamaño, etapa de desarrollo en que se encuentra, etc).

En la mayoría de los países en general la normativa contable vigente en la actualidad, solo permite un reconocimiento parcial y limitado de los activos intangibles que

existen en las empresas -como por ejemplo los de generación externa, como ser: llave, patentes, marcas, concesiones administrativas, propiedad intelectual, derechos de franquicias, entre otros y no tiene en cuenta los intangibles autogenerados como: el capital intelectual, inversión en conocimiento, tecnología disponible, la llave autogenerada o goodwill (es el valor de la reputación de una empresa, la atención al cliente y otros factores similares) cartera de clientes, la satisfacción y lealtad de los clientes, actitud innovadora, entre otros. Típica característica conservadora del modelo contable tradicional.

Por ello, se pone en duda si los estados financieros actuales, bajo el paradigma de la utilidad, brindan una imagen completa, relevante y suficiente de la organización para la toma de decisiones por parte de los terceros (stakeholders) para cumplir con el objetivo básico de la contabilidad, que es suministrar información útil a terceros para la toma de decisiones (Ramírez Córcoles, 2012).

Es así que, en esta difícil situación en la que estamos sumergidos, se tratará de analizar cómo es la revelación de la información sobre estos intangibles autogenerados y en especial la del capital intelectual, ya que tanto a nivel académico como profesional es un tema controvertido de debate.

2.1.7 Información voluntaria de los Activos Intangibles

Como se ha mencionado en párrafos anteriores, la contabilidad tradicional no reconoce en sus informes financieros a los activos intangibles autogenerados, por lo que éstos se exponen como información voluntaria y de carácter no financiero en informes separados, en algunos casos.

Siguiendo a Tejedo Romero & Tejada Ponce (2013) la divulgación de la información voluntaria hoy día a nivel internacional se encuentra en debate pues, lo que se busca constantemente es que la presentación de la información sea clara, completa, transparente y que sirva de base para la toma de decisiones de los distintos grupos de interés. Es así que, se trata que las organizaciones muestren cuales son las actividades que les reportan valor a largo plazo. Y aquí entra en juego, el cambio de mentalidad en su conjunto es decir, las organizaciones deben cambiar su enfoque de corto plazo (en donde se gestionan los recursos tangibles) por un enfoque de largo plazo, para dar cuenta de la gestión e inversión de los intangibles (capital intelectual) como factores clave de éxito, mejorando la imagen, el prestigio y la reputación.

Varios autores tratan de identificar los factores claves de éxito, analizando cuales son los que crean valor, para luego explicar el impacto que producen en los resultados económicos y financieros (Gálvez Fernández, Borrás Atienzar & Abadia Lugo, 2020).

Como herramienta innovadora en este tema se cuenta con el Informe Integrado, el cual relaciona información no financiera y de sustentabilidad permitiendo rendir cuentas de forma más transparente e integral. A través de la conformación de distintos capitales y de esta manera comunicar a los grupos de interés como crean valor las empresas y como impactan sus actividades en la comunidad (Rivera-Arrubla, Zorio-

Grima & García-Benau, 2016).

Por lo expuesto en los párrafos anteriores, la no existencia de una norma que regule y armonice como revelar la información del capital intelectual, hace que la divulgación sea muy flexible. Es por ello, que se han comenzado a confeccionar diferentes guías o directrices para homogeneizar la información, las cuales se desarrollan seguidamente.

2.1.7.1 Principales directrices para la elaboración de los informes de capital intelectual.

.Actualmente existen un conjunto de directrices o guías para la elaboración de las **Cuentas** del capital intelectual debido a las restricciones existentes en materia contable de no poder incluir en los informes financieros la identificación, medición y valoración del capital intelectual. El objetivo que persiguen es tratar de facilitar a las empresas esas tareas. Otra característica, es que son solo indicaciones prácticas voluntarias para elaborar y presentar informes de capital intelectual. No constituyen normas obligatorias para que las organizaciones las adopten. Son adaptables según las culturas y dentro de sí, cuentan con diferencias según se orienten al sector interno o externo de la organización y en la metodología utilizada. Colaboran a unificar criterios de utilidad y comparabilidad. Por esto, se invita a las organizaciones incorporarlas dentro del Informe Anual como revelaciones voluntarias (Tejedo Romero & Tejada Ponce, 2013)

Estas directrices, según lo indica el proyecto Meritum (2002) no conforman una propuesta de modificación de las normas contables. Se entiende que los cambios en la normativa resultarán necesarios a futuro, pero actualmente todos los esfuerzos que se realicen en medir y en publicar información deben efectuarse de forma voluntaria y permanecer en periodo de prueba.

A continuación se mencionan algunas de las guías o directrices destacadas: Directrices DATI "Danish Agency for Trade and Industry" (Dinamarca), Directrices del Proyecto MERITUM (Comisión Europea), Directrices "The Austrian Intellectual Capital Reporting" (Austria), Directrices "The German Wissensbilanz" (Alemania), Proyecto "NORDIKA" (Países Nórdicos: Dinamarca, Finlandia, Islandia, Noruega y Suecia), Directrices "Modelo Intellectus" (España), Directrices "Modelo 3R" (España).

A modo de conclusión, se entiende que el objetivo que tienen estas directrices es ayudar en la comparabilidad de la información que incluye el informe del capital intelectual, pero la dificultad que encuentran en la práctica es que la misma no es homogénea entre las diversas organizaciones, debido a que cuentan con grado alto de subjetividad, lo que dificulta la existencia de un marco generalizado. De esta manera, cada informe se torna único.

2.1.7.2 Informes del capital intelectual

En la década del noventa, se publica el primer informe de Capital Intelectual por la

empresa sueca Skandia. Lo que incentivó a varias empresas europeas a incorporarlo como parte de sus informes. Sin ser taxativos en los ejemplos, se nombran algunos países en donde se confeccionaron: Dinamarca, Suecia, España, Italia, Alemania, Austria, Reino Unido. Posteriormente, por el impacto que esto produjo, se extendió a otros continentes, como Asia (en el país de la India). (Cañibano Calvo, García Meca, García Osma et al., 2008)

Cabe mencionar además, que en España las empresas pioneras en su publicación son básicamente las del sector de servicios bancarios que integran el IBEX 35, entre ellas se encuentran: BBVA (uno de los bancos objeto de estudio del presente trabajo), Bankinter, BSCH y Caja Madrid (Mayorga & Arbussa, 2018).

En este sentido, revisando la presencia de investigaciones sobre los reportes del capital intelectual a nivel internacional, se puede indicar que a la fecha, el avance del mismo ha sido muy pequeño. Solo las grandes empresas que cotizan en bolsa y de determinadas ramas industriales, especialmente la de servicios, son las que han incursionado en su confección. En su mayoría se elaboran con una gran cantidad de indicadores, que sirven para representar el valor que cuenta la organización de ese capital intelectual, dándoles para ello, valor a aquellas variables no financieras generadoras de valor -los factores claves de éxito-, para luego ordenarlas y agruparlas en las tres grandes categorías: Capital Humano, Capital Estructural y Capital Relacional; consensuadas por la mayoría de los autores.

2.1.7.3 Indicadores de medición

A lo largo de los últimos años han surgido importantes investigaciones en torno al capital intelectual, la ausencia de un marco teórico institucional que indique cómo valorar los activos intangibles y la falta de acuerdo científico de cómo tratarlos metodológicamente, ha propiciado que proliferen diferentes sistemas de indicadores, que brindan a los administradores o gerentes gran cantidad de datos difíciles de interpretar. Las organizaciones por lo general, definen una variedad importante de indicadores para valorar su capital intelectual que, en la primera etapa de evaluación, pueden servir de mucho.

Un dato importante a tener en cuenta a la hora de confeccionarlos es evaluar y determinar primero cuál es el modelo de medición que se va a aplicar a la organización ya que cada uno de ellos presenta una serie definida de indicadores, algunos más completos que otros. En este sentido, los indicadores utilizados difieren de una empresa a la otra debido a los activos que posea y a la información que desee generar.

Los indicadores deben permitir básicamente, tener una idea de la vinculación que hay entre los recursos y las actividades intangibles de la empresa y la generación de valor que ellos producen. Deben ser flexibles y dinámicos, reflejando en todo momento los cambios y los efectos del aprendizaje por el que va atravesando la organización. Es por ello que, a medida que la organización va desarrollándose en

el tiempo, resulta muy común que los indicadores se redefinan y paralelamente se cuente con un conjunto estable de indicadores que sirva de base para mostrar su evolución, ya sea internamente como hacia terceros, permitiendo de esta manera la comparabilidad (Meritum, 2002).

2.2 MARCO REGULATORIO

2.2.1 Normativa Nacional e Internacional

En la **Resolución Técnica (RT)N°9, Norma Argentina**, se encuentra el concepto de los **Activos Intangibles**, por lo general tienen valor de uso, aunque algunos cuentan con valor de cambio. Ésta los refiere como: "aquellos representativos de franquicias, privilegios u otros similares, incluyendo los anticipos por su adquisición, que no son bienes tangibles ni derechos contra terceros y que expresan un valor cuya existencia depende de la posibilidad futura de producir ingresos. Incluyen, entre otros, los siguientes: Derechos de propiedad intelectual - Patentes, marcas, licencias, etc. - Gastos de organización y pre-operativos - Gastos de desarrollo"

Analizándolo se interpreta, que se pueden incorporar dentro de la información contable solo aquellos intangibles que reúnan ciertas condiciones: cumplir con la definición de activo y la posibilidad de que se les atribuya un valor o costo.

En cuanto las **Normas Internacionales de Contabilidad (NIC's) del IASB, la NIC N° 38** aprobada en 1998, establece que un activo intangible es "un **activo identificable**, de carácter no monetario y sin apariencia física, que se tiene para ser utilizado en la producción de bienes y servicios, para ser arrendado a terceros o para funciones relacionadas con la administración de la entidad.

Un activo es **identificable** si:

(a) es separable, es decir, es susceptible de ser separado o escindido de la entidad y vendido, transferido, dado en explotación, arrendado o intercambiado, ya sea individualmente o junto con un contrato, activo identificable o pasivo con los que guarde relación, independientemente de que la entidad tenga la intención de llevar a cabo la separación; o

(b) surge de derechos contractuales o de otro tipo legal, con independencia de que esos derechos sean transferibles o separables de la entidad o de otros derechos y obligaciones.

Se puede decir, que la NIC 38 no reconoce como activos intangibles al fondo de comercio producido internamente. Las marcas, títulos de publicaciones, listados de clientes y elementos de sustancia similar sólo en casos de compra y requiere, además, que todos los elementos intangibles que no cumplan con la definición sean reconocidos como gastos en el periodo en que se incurren.

Por su parte, las **Normas de Estados Unidos (Statements of Financial Accounting Standards Board (en adelante FASB) en la SFAS N°142 (2001)** definen los activos intangibles como aquellos activos (excluidos los activos financieros) que no poseen sustancia física (el término activos intangibles es utilizado para referirse a aquellos

activos intangibles distintos al valor llave) son generadores de beneficios económicos futuros, que se encuentran bajo el control de la empresa y tengan larga duración en la empresa.

Para el Consejo de Estándares Internacionales de Valuación (International Valuation Standards Council- IVSC), la caracterización de los activos intangibles es muy similar a la expuesta por la SFAS N°142, porque son aquellos que no poseen sustancia física, pero que otorgan derechos y beneficios económicos a sus propietarios. Pueden ser adquiridos o generados internamente y si se puede demostrar que existe control, que tienen potencial para generar beneficios futuros y efectuar una medición contable confiable, hay cierto consenso en reconocerlos en la Contabilidad Patrimonial o Financiera. Otra característica que presentan es que son identificables (como se cita en Barbei, Caivano, Granieri et al., 2017)

Al analizar lo expuesto en los párrafos anteriores se puede observar que cada normativa trata de conceptualizar a los activos intangibles. En este sentido García & Guijarro (2016) exponen en su investigación que no todos los organismos aportan definiciones conceptuales de lo que debe considerarse como activo intangible. Sí que hay consenso en definirlos como activos sin apariencia física y de carácter monetario.

A su vez, Vázquez & Bongianino (2005) entienden que la definición más completa es la de la NIC 38, ya que la RT 9 muestra una enumeración no taxativa, carece de conceptos sustanciales y en su enunciado habla de "futuros ingresos" en lugar de adecuarse a "futuros beneficios" que sería lo más adecuado en los días de hoy. En cuanto a la definición de la FASB es muy sintética y restringida. Cabe acotar que, en la normativa argentina RT17 se hace referencia a los Activos Intangibles, pero solo se efectúa un detalle de cuando se deben reconocer, sin brindarnos una definición específica, por tal motivo solo se mencionan.

Según se plantea en la investigación de Cañibano Calvo, García Meca, García Osma et al.(2008) los activos intangibles autogenerados, no siempre cumplen con los requisitos de reconocimiento contable, por sus propias características inherentes. Esto hace que la normativa internacional no permita su reconocimiento, sino que requiere que todas aquellas inversiones efectuadas por tal concepto sean reflejadas en los estados financieros como gastos del ejercicio como por ejemplo: las inversiones en formación de los empleados, en mejora con los clientes/proveedores, en mejorar o reposicionar la marca, etc.

2.2.2 Clasificación

En cuanto a la clasificación de los Activos Intangibles es pertinente aclarar que existen varias dentro de la bibliografía consultada, en general no alcanzan a mostrar una nitidez en su naturaleza debido a que mezclan distintos criterios de agrupamiento y hasta no suelen tener fundamento teórico. Pero se debe tener en cuenta especialmente el momento en que se presenten en la vida de la empresa, lo cual condicionará su reconocimiento.

De acuerdo a la clasificación que se adopte en la contabilidad de los activos intangibles será el impacto que provocará. Aquellos desarrollados internamente, que no pueden venderse por separado y que tengan uso irrestricto, tienen ciertas particularidades en el momento de su reconocimiento y medición, que por lo general, no se pueden considerar como activos (Barbei & Vivier, 2016).

Por su parte el Consejo de Estándares Internacionales de Valuación (International Valuation Standards Council-IVSC), autoridad internacional en el tratamiento de los intangibles, sugiere la siguiente clasificación (IVSC, GN4) (Barbei & Vivier, 2016)

• **Activos Intangibles No Identificables:**

Plusvalía, llave de negocio o Goodwill

• **Activos Intangibles Identificables:**

Relacionados con la comercialización: marcas, dominios de internet.

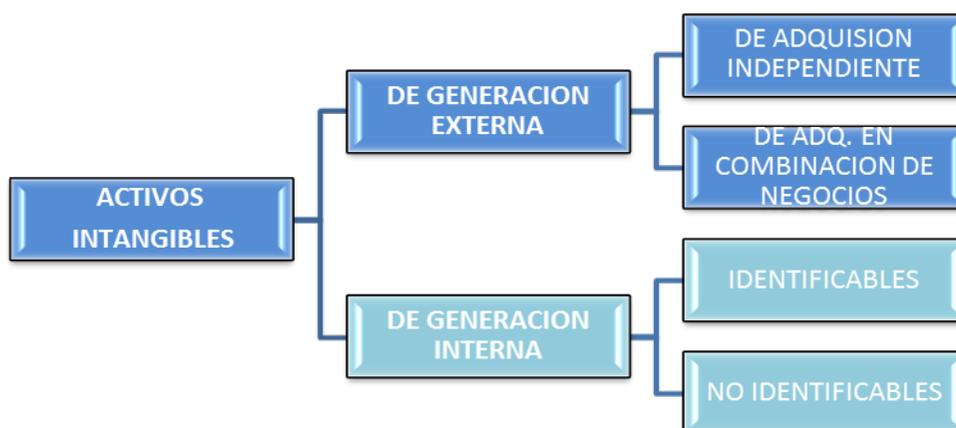
Relacionados con el cliente o proveedores: línea de clientes, contratos con empleados, acuerdos con proveedores.

Relacionados con la tecnología: bases de datos, software.

Relacionados con el arte: música, libros, películas.

A continuación, la que parece más adecuada por la orientación del trabajo de investigación es una de las propuestas por Vázquez & Bongianino (2005), la cual, se asemeja a la del IVSC, en donde rescatan las características que distinguen a los activos intangibles, pero no se limitan al reconocimiento contable. La cual se transcribe a continuación en la figura n° 3.

Figura n° 3 "Clasificación de Activos Intangibles"



Fuente: Vázquez & Bongianino, 2005 y adaptación propia

Es por ello que se abocará al tratamiento de los **activos intangibles de generación**

interna no identificables, que son los que incluyen al capital intelectual objeto de este trabajo, dejando para otro tema de investigación las demás clasificaciones.

Considerando el tratamiento que se les da en la normativa contable tanto nacional como internacional.

En la normativa nacional, respecto de este grupo de intangibles, se coincide en la opinión de que estos elementos no reúnen las características necesarias para ser reconocidos como Activos del ente.

A nivel internacional, se encuentran posiciones totalmente encontradas. Unos se inclinan porque los intangibles generados internamente deben ser totalmente reconocidos como **Gastos** y otros reconocen que algunos pueden considerarse como **Activos**, siempre que cumplan con algunas condiciones:

Según las **normas SFAS** se indica que se deberían registrar como **gastos**, los costos de desarrollar activos intangibles no identificables.

Según la **NIC 38** se establecen dos opciones:

“(a) Determinar si, y en qué momento, surge un activo identificable del que se vaya a derivar, de forma probable, la generación de beneficios económicos en el futuro y

*(b) Establecer el costo del activo de forma fiable. En ciertos casos, el costo de generar un activo intangible internamente no puede distinguirse del costo de mantener o mejorar la plusvalía generada internamente, ni tampoco del costo que supone llevar a cabo día a día las actividades de la entidad.”

Si no cumplen con estas condiciones, el importe del intangible se reconocerá inmediatamente como **gasto** en el periodo en que se haya incurrido. Tal es el caso de la Plusvalía (Llave de negocio o Goodwill) generada internamente: “La plusvalía generada internamente no se reconocerá como un activo”

Además, la normativa determina: “No se reconocerán como activos intangibles las marcas, las cabeceras de periódicos o revistas, los sellos o denominaciones editoriales, las listas de clientes u otras partidas similares que se hayan generado internamente”. Los desembolsos incurridos por estos conceptos internamente, no pueden distinguirse o separarse del costo de desarrollar la actividad empresarial en su conjunto. Por lo tanto, estas partidas no se reconocerán como activos intangibles.

2.2.3 Reconocimiento y Medición

Para que los intangibles sean reconocidos, presentados e informados contablemente en los estados financieros, deben cumplir con ciertos requisitos que surgen de las condiciones generales de reconocimiento de los hechos y actos económicos (Vázquez & Bongiannino, 2005).

Las pautas a tener en cuenta:

- ❖ Originarse en un hecho económico y transformarse en un bien económico
- ❖ Ser medible, es decir cuantificable en moneda
- ❖ Ser relevante o significativo, es decir que sea influyente en las decisiones

❖ **Ser verificable, es decir objetivo**

En consonancia con lo establecido por el Instituto de Contadores Certificados de Inglaterra y Gales -Institute of Chartered Accountants in England and Wales ICAEW- (2006) las investigaciones realizadas por Barbei & Vivier (2016); Barbei, Caivano, Granieri et al. (2017) adhieren a la alternativa de medición planteada por ellos, la cual establece:

_Costo Histórico

_Valor para el negocio: Cantidad que el negocio podría perder si el activo no puede ser utilizado y por lo general se puede relacionar con el costo corriente.

_Valor Razonable

_Valor Realizable

_Valor de Uso

Este documento (ICAEW, 2006) muestra las distintas alternativas de medición, con sus ventajas y desventajas, en términos de confiabilidad y relevancia, como así también, cuáles son los elementos contables que mejor se adecuan a ellos.

Cabe aclarar que solo se hará mención a las metodologías de medición de los intangibles autogenerados, dejando para otra investigación la profundización del resto. Es por ello que se debería optar para medir inicialmente el **Costo**, siempre que el mismo pueda ser considerado como tal principalmente por la posibilidad futura de generación de ingresos, su identificabilidad y su control.

Al cierre, aún queda por resolver, pues se pueden presentar las siguientes alternativas:

Valor original sin amortizar: son los que tienen vida útil indefinida. Ejemplo: marcas

Valor original amortizado: son los que tienen vida útil definida. Ejemplo: licencia de un software

Valor determinado a partir de alternativas de salida o costos corrientes o valores de uso: aquí las mediciones afectan las cualidades de la información, específicamente la confiabilidad y relevancia (Barbei, Mejía Soto, Scavone et al., 2017).

3. HALLAZGOS

Antes de avanzar, se considera oportuno hacer la siguiente salvedad, respecto de que los resultados y conclusiones que se obtienen en este trabajo de investigación, son limitados y particulares, debido a que se corresponden con un estudio de dos casos y no con una muestra conformada por varias empresas.

En líneas generales, se puede decir que hoy hay un mayor cúmulo de información del capital intelectual divulgada por las entidades financieras. Sin embargo, aún se presenta en forma desordenada y desigual de un periodo a otro. Sin contar con ninguna normalización al respecto, siendo de carácter voluntario, como información complementaria y no financiera.

Dentro del intervalo de tiempo analizado, eso se lo ve principalmente en los dos

primeros años 2016-2017, pues la información no está del todo sistematizada ni estandarizada. Lo que impide que alguna de las variables determinadas de los focos no se puedan comparar fácilmente y se requiera realizar algún cálculo adicional –si fuera posible– para obtenerla. Entendiendo así que la incorporación de esta información voluntaria se realiza según las motivaciones particulares o lo que la institución considere importante mostrar.

A partir del cierre del ejercicio económico 2018, se produce un hecho clave aquí en Argentina, las instituciones bancarias comenzaron a aplicar las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) para la presentación de sus informes financieros lo que ocasionó un cambio cultural muy fuerte dentro de las mismas. Donde tuvieron que readecuar sistemas de gestión, sistemas contables, informar conceptos que antes no se informaban, educar y concientizar a todo el personal para que trabaje en equipo y así generar los informes, entre otras actividades.

Esto también repercutió en la confección de sus informes anuales o reportes integrados (según el que estén generando). No solo en el volumen de información divulgada, sino qué y cómo lo realizan. Y también ayudó a mejorar la comparabilidad, una de las características cualitativas de mejora que establece el marco conceptual para que la presentación de la información financiera sea útil, relevante y refleje la representación fiel de lo que se intenta informar (IASB, 2020).

Un dato importante para acotar, es que al efectuar una comparación en líneas generales entre el informe que realiza el BBVA de España (casa matriz) con el BBVA Argentina SA, se puede apreciar rápidamente que la empresa controladora divulga mayor cantidad de información del capital intelectual, ya sea cualitativa como cuantitativa, no obstante lo cual se encuentran relevantes diferencias, igualmente se mantienen algunas líneas establecidas en cada uno de los países en donde tiene presencia.²

Algunas cuestiones que llamaron la atención al analizar la información del BBVA Argentina SA y el Banco Galicia SA, fueron:

- Las dos instituciones muestran mayormente información positiva o beneficiosa para la empresa y en muy pocos casos se revelan problemas o casos de no creación de valor. Lo que hace que dicha información podría encontrarse sesgada.
- El volumen de información cualitativa supera ampliamente a los datos cuantitativos explicitados. Expresando esto en forma porcentual, se puede decir que la relación es de 80% a 20% aproximadamente.
- La ubicación de la información del capital humano dentro de los informes, no tiene un único apartado donde encontrarla, sino que se encuentra dispersa en todo el informe, lo que genera un esfuerzo importante a la hora de localizarla y analizarla.

² https://accionistaseinversores.bbva.com/wp-content/uploads/2020/03/InformeAnual2019GrupoBBVA_esp-1.pdf (consultado 22/11/2020)

- La mayor parte de la información divulgada se corresponde con hechos del pasado o a lo sumo del presente. Aunque a partir del 2018, se puede apreciar que esto se va revirtiendo poco a poco, debido a que se comienza a divulgar más cuáles son sus desafíos o los proyectos futuros, es decir, se incorpora información del futuro. La cual guarda estrecha relación con la estrategia del negocio.
- Informe Integrado: A partir del 2018, una de las instituciones financieras, específicamente el Banco Galicia SA, cambió la forma de presentar el informe anual de sustentabilidad, adhiriéndose al marco del Reporte Integrado del International Integrated Reporting Council (IIRC). Lo que hace que la divulgación de la información se realice con mayor claridad, guarda un orden a la hora de ser expuesta y permite en principio comparar algunos ítems de la misma empresa al año siguiente. Aunque aún, la forma de incorporar dicha información siga siendo de carácter voluntaria y no se cuenta con una guía estándar.
- Índice de Sustentabilidad Argentino: A partir del 2018 Bolsas y Mercados Argentinos (BYMA) crea en Argentina el primer Índice de Sustentabilidad. Conformado por aquellas empresas que se destacan por sus buenas prácticas en materia ambiental, social, de desarrollo sostenible y de gobierno corporativo; dentro del cual las dos instituciones financieras forman parte.
- La gran participación de las entidades financieras en actividades de responsabilidad social empresaria, tratando de mantener y seguir adquiriendo certificaciones ISO, impulsando la aplicación de políticas medioambientales, adhiriendo a los ODS, generando alianzas y patrocinios con organismos no gubernamentales, instituciones públicas y educativas, financiando proyectos sustentables, lanzando bonos verdes, entre otras actividades. En ello, las dos muestran con bastante detalle cómo trabajan.

4. PROPOSICION DE FUTURAS INVESTIGACIONES

En este apartado y desde mi humilde posición, se proponen algunas futuras líneas de investigación.

- Determinar el grado de información del capital intelectual que revelan otras instituciones financieras de Argentina, comparándola con la de los Bancos Galicia SA y BBVA Argentina SA.
- Analizar y comparar como miden y exponen el capital intelectual las empresas subsidiarias del banco BBVA SA en América Latina, para determinar las diferencias más relevantes.
- Analizar cómo miden y exponen la información del capital intelectual las 15 empresas argentinas integrantes del primer índice de sustentabilidad creado en el 2018.
- Determinar guías estándares de aplicación para la elaboración del informe del capital intelectual, discriminadas por las distintas ramas de la industria, e incorporadas dentro de los reportes integrados como parte de la información complementaria.

- Fomentar la aplicación del Reporte Integrado como una fuente creadora de valor integral para toda la empresa y como elemento superador al aplicarse en conjunto con las NIIF.

5. CONCLUSIONES

En consonancia con la normativa contable vigente, tanto nacional como internacional, se aprecia a lo largo de la investigación que solo permite un reconocimiento parcial y limitado de los activos intangibles que existen en las empresas -como por ejemplo los de generación externa, como ser: llave, patentes, marcas, concesiones administrativas, propiedad intelectual, derechos de franquicias, entre otros y no tiene en cuenta los intangibles autogenerados como: el capital intelectual, inversión en conocimiento, tecnología disponible, la llave autogenerada, la cartera de clientes, la satisfacción y lealtad de los clientes, actitud innovadora, entre otros. Siendo esto una típica característica conservadora del modelo contable tradicional, lo que provoca que se ponga en duda si se produce una pérdida de la utilidad de la información brindada por los estados financieros a la hora de que los terceros tomen decisiones.

Es por ello que las grandes empresas reaccionan ante la falta de regulación revelando dicha información en **forma voluntaria y de forma desigual**, como información complementaria y no financiera, para intentar reflejar su valor o contribución en la generación de la ventaja competitiva y para que sea considerada por los distintos grupos de interés, como un insumo importante para la adecuada toma de decisiones. Y lo hacen a través de los informes anuales, memorias, informes de sustentabilidad o en los reportes integrados. En el marco del trabajo se ha realizado un análisis de la información sobre el capital intelectual presentada por entidades financieras, utilizando el modelo Skandia como metodología identificándose la importancia del capital intelectual así como limitaciones en los datos brindados.

Como se ha mencionado en párrafos anteriores, dentro de los objetivos estratégicos que tienen las empresas, uno es establecer el valor de las mismas y para ello dentro de las acciones a realizar, se debe encontrar la posibilidad de medir y darle valor a los activos intangibles, más específicamente al capital intelectual.

Actualmente existen una amplia variedad de modelos para hacerlo, desde los más simples hasta los más complejos. No obstante lo cual, la falta de una homogeneización o estandarización al respecto, impide aun contar con patrones definidos para aplicarlos y que la información resultante sea comparable, sea de un periodo a otro dentro de la misma empresa, como con otras de la industria a la cual pertenece.

Es así que, debido a la creciente importancia y trascendencia del capital intelectual en la economía del conocimiento. Se entiende que dicha información se debería seguir perfeccionando a futuro dentro de los Informes Integrados, pero manteniendo el carácter voluntario y como información complementaria y no financiera incorporándole el uso de ciertas guías o directrices estandarizadas por ramas de la industria o por tamaños de empresa, para lograr cuantificar y medir el capital intelectual, **mejorando** así, uno de los requisitos de **mejora continua**, la

comparabilidad de la información y creando valor para las empresas a través del uso de ciertos indicadores cualitativos y/o cuantitativos.

Aún falta un camino muy largo por transitar. Nos encontramos dentro del proceso, por ello se invita a los profesionales, investigadores, empresarios, a enfrentar el desafío de encontrar la mejor manera de mostrar los activos intangibles, específicamente el capital intelectual, como generador de valor a largo plazo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Barbei, A., Mejia Soto, E., Scavone, G.M., Rodriguez Paredes, M., Torres, C., Chiquiar, W.R., Patiño, R.A., Vera Colina, M. A., Pignatta Gonzalez, A., Perez, J.O., Garcia, S.O., Muñoz, G.D., Changmarin, R., Viegas, J.C. & Mora, C.A.V. (2017) Fundamentos de Contabilidad Superior NIIF-IFRS. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Osmar D. Buyatti
- Barbei, A. A., & Vivier, J. (2016). Activos Intangibles: revisión teórica e investigación empírica. In XII Simposio Regional de Investigación Contable (La Plata, diciembre 2016). Recuperado de: <https://www.econo.unlp.edu.ar/frontend/media/86/10886/a52c33ade6b05d1ad060abb9eb396fc8.pdf>
- Barbei, A. A., Granieri, C., Caivano, G., & Vivier, J. (2017). Activos intangibles: Análisis descriptivo y temporal. In XIII Simposio Regional de Investigación Contable y XXIII Encuentro Nacional de Investigadores Universitarios del Área Contable (La Plata, 14 y 15 de diciembre de 2017). Recuperado de: <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/70889>
- Bontis, N. (1996). Intellectual Capital: An Exploratory Study that develops Measures and Models, (Vol. Working Paper 96-11). Ontario: University of Western Ontario.
- Brooking, A. (1997). El capital intelectual. El principal Activo de las empresas del tercer milenio, Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica. Recuperado de: https://books.google.com/books/about/El_capital_intelectual.html?id=0Kmh3Vb58EQC
- Bueno Campos, E. (1998). El Capital Intangible como Clave Estratégica en la Competencia Actual. Boletín de Estudios Económicos, 53(164), 207-229. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4785>
- Bueno, E., Del Real, H., Fernández, P., Longo, M., Merino, C. & Murcia, C. (2011). Modelo Intellectus de Medición, Gestión e información del Capital Intelectual (nueva versión actualizada). Madrid. Universidad Autónoma de Madrid. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/298346530_Modelo_Intellectus_Medicion_y_Gestion_del_Capital_Intelectual
- BBVA Argentina (22 de octubre de 2020) Acerca de BBVA Argentina ir.bbva.com.ar. Recuperado de: <https://ir.bbva.com.ar/bbva-arg/acerca-de-bbva/>
- BBVA Argentina (22 de octubre de 2020) Informes de Banca Responsable. ir.bbva.com.ar.

- Recuperado de: <https://ir.bbva.com.ar/informes-de-banca-responsable/#2019>
- BBVA España (21 de noviembre de 2020)** Accionistas e Inversores accionistaseinversores.bbva.com Recuperado de: https://accionistaseinversores.bbva.com/wp-content/uploads/2020/03/InformeAnual2019GrupoBBVA_esp-1.pdf
- Cañibano Calvo, L., García Meca, E., García Osma, B. & Gisbert Clemente, A. (2008). Los intangibles en la regulación contable. *Madrid, Documento. AECA & Instituto Analisis Intangibles*. Recuperado de: . <https://www.aeca.es/old/pub/monog/intangibles.htm>
- Castilla Polo, F.& Ruiz Rodríguez, C. (2014) Una revisión histórico-descriptiva de las empresas pioneras en el tratamiento de intangibles. *Revista Intangible Capital*, 10(1), 125-154. <https://dx.doi.org/10.3926/ic.487>
- Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Entre Ríos. Normas Contables Profesionales Argentinas. Recuperado de: http://www.cpceer.org.ar/despachos.asp?cod_des=37187&ID_Seccion=252
- Edvinsson, L & Malone M. (1999). El capital intelectual. Como identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa. Editorial Barcelona: Gestión 2000. Recuperado de: https://books.google.com/books/about/El_Capital_Intelectual.html?id=OuR9pY3yAPQC
- Euroforum Escorial (1998) Medición del capital Intelectual, Modelo Intelect. Instituto Universitario Euroforum Escorial, Madrid.
- Federación Argentina de Concejos Profesionales de Ciencias Económicas. Norma Internacional de Contabilidad-NIC- n°38 del IASB. Recuperado de: <http://www.facpce.org.ar:8080/miniportal/archivos/nic/NIC38.pdf>
- Financial Accounting Standards Board: SFAS N° 141 Combinaciones de Negocios" Y 142 "Fondo de Comercio y otros Intangibles. Recuperado de: <https://www.fasb.org/summary/stsum141.shtml>,<https://www.fasb.org/summary/stsum142.shtml>
- Financial Accounting Standards Board. SFAS N° 142 (2001). Recuperado de: <https://www.fasb.org/home>
- Gálvez Fernández, A. R., Borrás Atienzar, F. & Abadía Lugo, J. R. (2020). Indicadores de gestión del capital intelectual para la banca comercial cubana. Retos de la Dirección, 14(1), 310-336. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552020000100310&lng=es&tlng=es
- García, F. & Guijarro, F. (2016). Valoración de Activos Intangibles Empresariales: Estado del Arte y Retos Pendientes. Finance Markets and Valuation 2(2), 115-132, Valencia, España. Recuperado de: <https://riunet.upv.es/handle/10251/99176>

- Gashenko, IV , Khakhonova, NN , Orobinskaya, IV & Zima, YS (2020).Competencia entre capital intelectual humano y artificial en la producción y distribución en la Industria 4.0. *Revista de Capital Intelectual* , 21(4), 531-547. <https://doi.org/10.1108/JIC-11-2019-0275>
- Giuliani, M. (2013). Not all sunshine and roses: Intellectual liabilities in action. *Journal of Intellectual Capital*, 14(1), 127-44. <http://dx.doi.org/10.1108/14691931311289057>
- González Millán. & Rodríguez Díaz, M. (2010) Modelos de capital intelectual y sus indicadores en la universidad pública. *Cuadernos de Administración. Universidad del Valle*. 26(43), 113-128. Colombia.Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5006511>
- Grupo Financiero Galicia SA (22 de Octubre de 2020) Información corporativa. [bancogalicia.com](http://www.bancogalicia.com/banca/online/web/Institucional/InformacionCorporativa). Recuperado de: <https://www.bancogalicia.com/banca/online/web/Institucional/InformacionCorporativa>
- Grupo Financiero Galicia SA (22 de Octubre de 2020). Galicia sustentable. [galiciasustentable.com](http://www.galiciasustentable.com). Recuperado de: <http://www.galiciasustentable.com/banca/online/sustentable/web/BancoGaliciaSustentable>
- IASB (2020) El Marco Conceptual para la Información Financiera. Recuperado de: <http://eifrs.ifrs.org/eifrs/bnstandards/es/2020/framework.pdf>
- IBEX 35 <https://www.zaplo.es/blog/que-es-el-ibex-35/>
- International Valuation Standards Committee.(2000). International Valuation Standards 2000 (Vol 2). International Valuation Standards Committee.
- Institute of Chartered Accountants in England and Wales (2006): Measurement in financial reporting, ICAEW.
- Kaplan, R.S., & Norton, D. (1992). The Balanced Scorecard-Measures That Drive Performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71-79. Recuperado de:https://www.academia.edu/download/54588379/Kaplan_Nortonbalanced_scorecard.pdf
- Mayorga, M., & Arbussà, A. (2018). Capital intelectual y reporting financiero en España: Estudio empírico de las empresas cotizadas del IBEX 35. *Revista Espacios*, 39(50). Recuperado de: <http://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p24.pdf>
- MERITUM (2002).Guidelines for Managing and Reporting on Intangibles (Intellectual capital Statements) Vodafone Foundation. Madrid.Recuperado de: <https://www.macam.es/leandro/articulos/DIRECTRICES%20MERITUN%20-%20ESPANOL.pdf>
- Ramírez Córcoles, Y. (2012). Propuestas para la mejora de la información contable de Intangibles. *Revista Partida Doble* (242), 83-93. España. EX0000179792

- Rivera Arrubla Y.A., Zorio Grima, A., & García Benau, M.A. (2016). El concepto del informe integrado como innovación en reporting corporativo. *Journal of Innovation & Knowledge* (1), 144-155, Valencia, España. Recuperado de: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>
- Quinapanta, M. A., Gómez, S.D. Á, García, J.F.G. & Barral, O.P. (2012). Estudio y análisis del capital intelectual como herramienta de gestión para la toma de decisiones. *Revista Digital del Instituto Internacional de costos*, (10), 49-65. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4172179.pdf>
- Saint Onge, H. (1996). "Tacit knowledge: the key to the strategic alignment of Intellectual capital", *Strategy and Leadership*, 24(2), 10-14. <https://doi.org/10.1108/eb054547>
- Sveiby, K.E. (1997). *The New Organisational Wealth - Managing and measuring Knowledge- Based Assets*. San Francisco: Berrett-Koehler Publisher.
- Tejedo Romero, F.& Tejada Ponce, Á. (2013) *Tourism & Management Studies*, 9 (2), 78-85. Recuperado de: <http://www.tmsudies.net/index.php/ectms/article/viewFile/587/986>
- Ugalde-Binda, N., Balbastre-Benavent, F., Canet-Giner, T. & Escribá-Carda, N.. (2014). El papel del capital intelectual y las características empresariales como impulsores de la innovación. *Innovar*, 24 (53), 41-60. <http://dx.doi.org/10.15446/innovar.v24n53.43793>
- Vázquez, R. & Bongianino de Salgado, C. (2005) *Los Intangibles y la Contabilidad. La información Contable en la era del conocimiento*. 1° Edición Errepar. Buenos Aires Argentina.
- Yu, A. & Humphreys, P. (2013). From measuring to learning? Probing the volutionary path of IC research and practice. *Journal of Intellectual Capital*, 14(1), 26-47. <http://dx.doi.org/10.1108/14691931311289002>