

LA VALORACIÓN DE CAPITAL INTELECTUAL EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE LA PROVINCIA DEL SUGAMUXI

INTELLECTUAL CAPITAL VALUATION IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES OF THE SUGAMUXI PROVINCE

VALORIZAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DA PROVINCIA DE SUGAMUXI

WERTSCHÄTZUNG VON INTELEKTUELLEM KAPITAL IN KLEINEN UND MITTLEREN UNTERNEHMEN IN DER PROVINZ SUGAMUXI

Recepción: 08/08/2014
Evaluación: 23/02/2015
Aceptación: 30/06/2015

Claudia Milena Combariza Avella¹
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia

Erika Maryely Molano Gómez²
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia

Ibeth Rocío Niño Pérez³
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia

RESUMEN

Este proyecto descriptivo-explicativo, se desarrolló como un análisis a la realidad empresarial de las PYMES de la provincia del Sugamuxi, tratando el tema específico del capital intelectual presente en estas organizaciones. Durante la investigación, se abordaron referencias teóricas y conceptuales relacionadas con la valoración del Capital Intelectual (C.I), para identificar un modelo de valoración de C.I que se ajuste a las características de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de la provincia del Sugamuxi, tomando como base los modelos de medición existentes que son aplicables al contexto empresarial propio de dichas organizaciones. La fuente de información primaria aplicada fue una encuesta dirigida a los gerentes de las PYMES. Como punto de partida, se adoptó el concepto de C.I estableciendo los aspectos más relevantes que influyen en el desempeño empresarial,

1 Pertenece al programa de Contaduría Pública de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Correo electrónico: claudia.combariza@uptc.edu.co

2 Pertenece al programa de Contaduría Pública de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Correo electrónico: erika.molano@uptc.edu.co

3 Pertenece al programa de Contaduría Pública de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Correo electrónico: ibethrocio.nino@uptc.edu.co

así como su importancia en la economía y en la nueva concepción de riqueza. Paralelamente se examinaron diferentes modelos para su valoración, estableciendo características fundamentales y la incidencia que tienen en la gestión de las organizaciones, resaltando los aspectos determinantes dentro de cada modelo que permiten una valoración adecuada del C.I. De esta manera se logró concluir que no existe un modelo que se adecúe en su totalidad a las características propias de las PYMES; por lo que, como resultado se propone un modelo que reúne características de los tres modelos (Navigator de Skandia, Intellect e Intellectus) que más se acercan a la realidad de dichas organizaciones, una herramienta para lograr la medición real del valor de sus empresas.

Palabras clave: Capital Intelectual, Modelos de Valoración, PYMES, activos intangibles, desempeño empresarial.

ABSTRACT

This descriptive-explicative, project was developed as an analysis of the business reality of Small and Medium Enterprises(SMEs) in the province of Sugamuxi, treating the specific topic of Intellectual Capital (IC) in these organizations. During the research, theoretical and conceptual references related to the valuation of IC to identify an IC valuation model that matches the characteristics of small and medium enterprises (SMEs) in the province of Sugamuxi were addressed, based on existing measurement models that are applicable to their own business context of these organizations. The primary source of information was a survey applied to managers of SMEs. As a starting point, the concept of IC was adopted establishing the most relevant aspects that influence in business performance as well as its importance in the economy and the new concept of wealth. In parallel, different models for its valuation were examined, establishing fundamental characteristics and the impact they have on the management of organizations, highlighting the determinants within each model that allow a proper assessment of IC. Thus, it was possible to conclude that there is no model that fits entirely to the SMEs own characteristics; so that as a result a model that combines characteristics of the three models (Navigator of Skandia, Intellect and Intellectus) that are closer to the reality of such organizations is proposed, a tool to achieve the actual measurement of the value of their companies.

Keywords: Intellectual Capital, Valuation Models, SMEs, intangible assets, business performance.

RESUMO

Este projeto descritivo-explicativo foi desenvolvido como uma análise da realidade empresarial de Pequenas e Médias Empresas (PME) na província de Sugamuxi, tratando o tema específico do Capital Intelectual (CI) nestas organizações. Durante a pesquisa, foram abordadas as referências teóricas e conceituais relacionadas com a valorização do CI para identificar um modelo de avaliação do CI que corresponda às características das PME na província de Sugamuxi, com base em modelos de medição existentes que são aplicáveis o seu próprio contexto de negócios destas organizações. A fonte primária de informação foi uma pesquisa aplicada aos gestores das PME. Como ponto de partida, foi adotado o conceito de CI, que estabelece os aspectos mais relevantes que influenciam no desempenho do negócio, bem como a sua importância na economia e o novo conceito de riqueza. Em paralelo, diferentes modelos para sua valorização foram examinados, estabelecendo características fundamentais e o impacto que têm sobre a gestão das organizações, destacando os determinantes em cada modelo que permita uma avaliação adequada do CI. Assim, foi possível concluir que não existe um modelo que se encaixa inteiramente às PME características próprias; de modo que, como resultado um modelo que combina características dos três modelos (Navigator da Skandia, Intelect e Intellectus), que estão mais próximos da realidade de tais organizações é proposto, uma ferramenta para alcançar a medida real do valor de suas empresas.

Palavras-chave: capital intelectual, modelos de Avaliação, PME, ativos intangíveis, desempenho dos negócios.

INHALTSANGABE

Dieses diskriptiv analysierende Projekt entwickelt sich als eine Beschreibung der unternehmerischen Wirklichkeit von PYMES in der Provinz Sugamuxi und behandelt konkret das intellektuelle Kapital in diesen Organisationen. Für diese Forschungsarbeiten werden Theorien und Konzepte für die Wertschätzung von intellektuellem Kapital (I.K.) skizziert, um diese an Hand der Eigenschaften von kleinen und mittleren Unternehmen (PYMES) der Provinz Sugamuxi zu identifizieren. Hierfür werden als Basis die existenten Modell-Messungen aus unternehmerischen Kontexten dieser Organisationen. Die primäre Informationsquelle ist eine Umfrage in der Geschäftsführung der PYMES. Als Ausgangspunkt wurden die relevantesten Aspekte des Konzeptes I.K. adaptiert, welche die Leistung des Unternehmens am meisten beeinflussen, so wie seine Wichtigkeit in der Wirtschaft und in der neuen Konzeption von Reichtum. Parrallel werden verschiedene Modelle von Wertschätzung geprüft, in dem fundamentale Eigenschaften und die Häufigkeit des Auftretens in der Führungsebene erarbeitet werden und die Determinanten hervorgehoben

werden, die eine angemessene Bewertung von I.K. erlauben. Somit konnte geschlossen werden, dass es nicht ein Modell gibt, welches ganzheitlich alle Eigenschaften von PYMES umschliesse; weswegen als Ergebnis ein Modell vorgeschlagen wird, welches die drei Eigenschaften (Navigator de Skandia, Intellect und Intellectus) zusammenfasst und sich somit der Wirklichkeit der Organisationen am Meisten annähert, dies wird als Werkzeug zur Messung der wahren Wertes der Unternehmen vorgeschlagen.

Schlüsselbegriffe: Intellektuelles Kapital, Wertschätzungsmodelle, PYMES, immaterielle Vermögenswert, Unternehmensleistung

INTRODUCCIÓN

Los recursos intangibles apoyados en la gestión del conocimiento, son el soporte para la creación de ventajas competitivas en las organizaciones; en el reciente contexto de la sociedad del conocimiento, estos recursos han contribuido a la generación de valor y al desempeño empresarial. Por lo tanto, el C.I y su valoración en las empresas ha adquirido mayor importancia en la gestión organizacional, teniendo en cuenta dentro de sus variables aspectos como la clientela, la competencia, el conocimiento, actitudes y aptitudes del talento humano, y demás recursos intangibles que le aportan un valor agregado al bien o servicio que se ofrece.

Todas las unidades de negocio están ligadas a esta realidad, a la que no son ajenas las PYMES de nuestro país; en este caso específico las situadas en la provincia del Sugamuxi, las cuales debido a las características de su entorno están obligadas a contar con mecanismos y herramientas más acertadas que les permitan obtener una información más completa y cercana sobre el valor real de sus organizaciones. Es así como esta investigación mediante la recolección, clasificación y análisis de información, identificó las características propias de las PYMES de

la provincia del Sugamuxi, así como los aspectos generales del capital intelectual, para de esta forma determinar el o los modelos de valoración y gestión de C.I que más se adecúan a las necesidades de dichas organizaciones.

PROCESO METODOLÓGICO

Para el logro de los objetivos propuestos en esta investigación, se buscó principalmente determinar el concepto de capital intelectual (C.I) y los elementos que lo conforman; se estableció cómo estos conceptos influyen en el desempeño empresarial, para posteriormente indagar sobre los modelos de valoración de C.I existentes, y por último determinar el modelo más conveniente para la valoración de empresas desde la perspectiva del C.I, aplicado a las PYMES de la provincia del Sugamuxi.

Durante el desarrollo de la investigación, la metodología aplicada fue descriptiva (Behar, 2008) y explicativa (Ávila, 2006), se utilizó el método inductivo, partiendo de la observación de características particulares de las PYMES⁴, que influyen en la forma de

4 Art. 2. Definiciones, Capítulo I. Ley 905 del 2 de agosto de 2004. República de Colombia.

valorar el Capital Intelectual, con el propósito de establecer conclusiones que faciliten la aplicabilidad de modelos de valoración en el contexto empresarial de la provincia del Sugamuxi. Para dar inicio al desarrollo del proyecto, se solicitó a la Cámara de Comercio de la ciudad de Sogamoso una

base de datos de las PYMES de la provincia del Sugamuxi, con el fin de identificar la población específica (215 PYMES). Al determinar la muestra, se empleó el método de muestreo aleatorio simple estratificado (Scheaffer, 2006), que arrojó 138 encuestas a aplicar.

Aplicación de la fórmula.

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{E^2(N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (215) \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,05)^2 \cdot (215 - 1) + (1,96)^2(0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = 138$$

En donde,

n = Muestra

Z = Nivel de confianza

N = Población total

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

E = Nivel de error

Con el procedimiento anterior, se estableció que las PYMES a encuestar fueron 138, distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 1. Estratificación por sectores.

ITEM	POBLACIÓN TOTAL		MUESTRA	
	TOTAL EMPRESAS	PORCENTAJE	TOTAL EMPRESAS	PORCENTAJE
SERVICIOS	65	30,3%	42	30,3%
INDUSTRIA	23	10,7%	15	10,7%
COMERCIO	64	29,9%	41	29,9%
FINANCIERAS	19	8,6%	12	8,6%
AGROPECUARIAS	10	4,5%	6	4,5%
MINERÍA	8	3,7%	5	3,7%
CONSTRUCCIÓN	26	12,3%	17	12,3%
TOTAL EMPRESAS	215	100%	138	100%

Fuente: construcción propia, con base en datos de la Cámara de Comercio de Sogamoso.

Esta encuesta fue el punto de partida para el desarrollo de la investigación, ya que permitió una exploración más profunda al objeto de estudio, evidenciando las fortalezas

y debilidades en lo concerniente a la valoración del C.I en las PYMES de la provincia del Sugamuxi y su participación en el desempeño empresarial.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

El contexto teórico referente a la valoración del capital intelectual (C.I) abarca conceptos puntuales, como lo son el significado del valor, los modelos de valoración de C.I actualmente reconocidos, la competitividad, los diferentes recursos y capacidades, y demás teorías involucradas con el tema objeto de la presente investigación. En este sentido, es pertinente conocer los apartes descritos a continuación.

*** El concepto de valor como punto de partida para la valoración empresarial.**

El concepto de valor ha sido tema principal de discusión entre los teóricos dedicados al análisis económico, desde la llamada Economía del mundo antiguo hasta la Economía contemporánea y moderna, entre los que se destacan los trabajos de Adam Smith (1776), David Ricardo, William Jevons, Karl Menger, Karl Marx, Piero Sraffa (1926), Edward Chamberlin (1933), Joan Robinson (1933) y John Maynard Keynes (Edvinsson, 1998).

*** La competitividad como factor de crecimiento empresarial.** En 1980, Michael E. Porter publicó su libro “Competitive Strategy” que ha contribuido a la conceptualización y el análisis de las empresas y de los competidores. Porter (1980) define la competitividad como “la productividad con la que un país utiliza sus recursos humanos, económicos y naturales”. El punto de partida para hablar de competitividad son las fuentes de prosperidad de un país (Márquez y Silva, 2008). Esta teoría destaca las diferentes posiciones que se pueden adoptar en una organización para lograr una posición fuerte dentro de una industria, estas acciones responden a la intervención de cinco fuerzas competitivas que el autor señala de

gran importancia (Porter, 2014). Adicionalmente, Porter identifica tres estrategias generales que pueden ser aplicadas conjunta o individualmente, para que en un período de tiempo una organización logre ubicarse en una alta posición empresarial, estas son: el liderazgo en costos, la diferenciación y el enfoque.

*** La empresa como institución que dinamiza las ventajas competitivas.** Castillo y Portela (2005) exponen que la teoría de recursos y capacidades está basada en la noción de empresa como un conjunto de recursos que se apoya en los factores que impulsan las ventajas competitivas, esto supone la premisa de que cada organización maneja diferentes recursos producto de su historia, suerte y decisiones pasadas, permitiéndole una diferenciación que le otorgue mayor rentabilidad a largo plazo. Para comprender el dimensionamiento de esta teoría y su participación en las organizaciones, es necesario conceptualizar los elementos que la conforman, los cuales, según Hernández (2006), son:

Los recursos: engloban múltiples elementos individuales, sociales y organizacionales. Desde el enfoque de la ventaja competitiva, si se toma únicamente un segmento de los recursos no se obtendría el resultado económico esperado, por tal razón, una ventaja competitiva se basa en la agrupación de varios recursos (tangibles o intangibles).

Las capacidades: son fundamentales en la creación de ventajas competitivas que con frecuencia están basadas en el desarrollo, transmisión e intercambio de conocimiento por medio del capital humano de la empresa. Las capacidades evolucionan a partir de las interacciones con los clientes, las habilidades y conocimiento de los empleados y

la experiencia del desempeño de sus funciones.

* **El capital intelectual.** El C.I, como factor de producción que aporta riqueza a las empresas, ha tomado importancia en la literatura de las ciencias económicas y administrativas desde la segunda mitad del siglo XX; el análisis del concepto de C.I asociado a la creación de valor empresarial surge con los cambios en las actividades económicas derivados del proceso de globalización. Además de la información, las capacidades, habilidades y destrezas físicas e intelectuales de los individuos, constituyen un componente fundamental para adelantar procesos productivos que generen altos niveles de productividad y competitividad empresarial.

Para Edvinsson y Malone (1998), aspectos como las marcas, la relación con los clientes, la innovación y la productividad son formas de valor que no se reflejan de manera directa en los estados financieros, pero que incrementan e impulsan la generación de riqueza. El C.I, con sus diferentes formas, explica este incremento mediante la creación de valor; se considera como un activo intangible⁵ que tiene dificultad en su medición mediante los modelos tradicionales de contabilidad y ocupa una pieza importante del verdadero valor de las empresas.

Adicionalmente, otros autores como Annie Brooking (1997) consideran que el C.I combina activos inmateriales que permiten funcionar a la empresa y que puede dividirse en cuatro categorías: Activos de merca-

do, Activos de propiedad intelectual, Activos centrados en el individuo y Activos de infraestructura; señala que la importancia del C.I radica en que las empresas del tercer milenio están en un entorno competitivo con homogeneización de los mercados, rápida expansión y crecimiento de las empresas dedicadas a los servicios en las cuales abundan los activos inmateriales (Mantilla, 2004).

* **Modelos para la valoración del capital intelectual.** Existe gran diversidad de modelos que permiten la valoración de C.I (Sveib, 1997), la mayoría asociados a la estrategia empresarial de las organizaciones, y por lo tanto a la importancia que se le asigne a cada elemento. En muchos casos, el modelo varía según los resultados; a continuación se enuncian algunos de estos modelos.

Modelos conceptuales: el Balance invisible (Sveib, 1997), las Mediciones Globales (Diferencia entre valor de mercado y valor contable, La “q” de Tobin, Cálculo del valor Intangible, entre otros) (Yepes, 2010).

Modelos globales o individuales. Estos modelos estiman un valor de todos los intangibles de una organización, o bien dan información detallada de cada uno de ellos. Entre ellos se encuentran: Modelo INTELECTUS, Navegador de Skandia, Cuadro de Mando Integral (BalancedScorecard), Monitor de Activos Intangibles, Technology bróker, INTELECT (Lissarrague, Simaro y Tonelli, 2009).

⁵ NIC 38. [citado en 12 de noviembre de 2013]. Disponible en internet: <http://www.ifrs.org/IFRSs/Documents/Spanish%20IAS%20and%20IFRSs%20PDFs%202012/IAS%2038.pdf>

RESULTADOS

Caracterización de las pequeñas y medianas empresas de la provincia del Sugamuxi: Colombia es un país cuya economía se soporta principalmente en PYMES que aportan a la actividad económica y social. Por ello, surge la necesidad de caracterizar este tipo de empresas, entendiendo que la naturaleza de la Pyme es, en muchos aspectos, desconocida; dado que aunque se dispone de una definición establecida por Ley, no existe consenso incluso en las entidades estatales sobre su clasificación. Por tanto, la investigación permitió determinar las siguientes características:

- Estructura Organizacional: los resultados obtenidos permiten establecer que el modelo de estructura organizacional más utilizado, en las PYMES ubicadas en la provincia del Sugamuxi, es el MODELO FUNCIONAL, representado por el 52,90% del total, caracterizado por estar conformado por las partes que integran a la organización y las relaciones que las vinculan, incluyendo las funciones, actividades, relaciones de autoridad y de dependencia, responsabilidades y procedimientos.
- El liderazgo: el liderazgo de mayor uso en este tipo de organizaciones es el PARTICIPATIVO o DEMOCRÁTICO que promueve la participación de todos los miembros de la empresa, siendo el líder quien tiene la última palabra en la toma de decisiones. “[...] busca información, opiniones y preferencias, a veces al punto de reunirse con el grupo, conducir discusiones y utilizar el consenso o voto mayoritario para tomar la última decisión.” (Bateman y Snell, 2004, p. 442).
- Estructura Financiera: las pymes de la provincia del Sugamuxi tienen una estructura financiera basada en el apalancamiento INTERNO, entendiendo como apalancamiento financiero “la capacidad de la administración de las empresas de aprovechar el financiamiento para mejorar su rentabilidad y especialmente su valor” (Álvarez, 2011, p. 114). En este orden de ideas, se entiende que los recursos físicos de la organización están mayormente financiados por los socios o accionistas. Los resultados obtenidos permiten establecer que las PYMES de la provincia del Sugamuxi cuentan con recursos financieros en un 84,06 %, de infraestructura en un 78,99%, técnicos y tecnológicos con un 74,64 % y en una proporción del 44,20% recursos intangibles, es decir estas empresas tienen una tendencia al reconocimiento y gestión de recursos físicos, dejando muchas veces de lado los recursos intangibles o inmateriales.

El capital intelectual en las PYMES. Desde la perspectiva de Edvinsson y Malone (1997), el concepto de C.I permite establecer un nuevo modo de pensar sobre la manera como las empresas se ven a sí mismas y cómo se muestran ante los demás, por eso se detectaron algunos elementos relevantes que permitieron establecer el capital intelectual presente en estas organizaciones.

- Existe un conocimiento superficial de lo que representa el capital intelectual en una empresa.

- El capital humano es considerado como eje central de la organización. Sin embargo, no existen métodos que permitan realizar una medición y valoración de este activo dentro de las empresas, ni estrategias de gestión que contemplen su desarrollo.
- En cuanto al capital estructural, existen políticas definidas sobre la gestión de calidad en pro de la mejora en los procesos, productos y servicios. Sin embargo, se evidencia que muchas de estas organizaciones no ponen en práctica la totalidad de dichas políticas.
- El capital relacional en estas organizaciones es más presente en las relaciones con proveedores y clientes, y en menor medida con sus competidores. Debido a que no existe una comunicación muy frecuente con estas entidades.

El capital intelectual y su efecto en el desempeño empresarial. La importancia actual atribuida al C.I está inherentemente relacionada al surgimiento de la economía del conocimiento y el impacto que genera en el desempeño de las personas, empresas y países, teniendo en cuenta que las empresas que han logrado gran éxito en los últimos años lo han hecho basándose en estrategias que no involucran necesariamente bienes materiales, sino aplicando prácticas que potencian el desarrollo de sus activos intangibles.

“La Teoría de Recursos y Capacidades⁶, [...] propone que las diferencias de desempeño entre empresas de la misma industria, resultan de combinaciones de recursos (valiosos, raros y difíciles de imitar) y de capacidades que la empresa detiene y controla,

que le proporciona una ventaja competitiva sostenible” (Santos, Figueroa y Jardon, 2011, p. 18). A dichos recursos es a lo que se hace referencia cuando se habla de C.I, compuesto por el Capital Humano, Capital Estructural, Capital Relacional. Teniendo en cuenta que, variables como el compromiso de los trabajadores y directivos o la imagen de la organización ante clientes, proveedores, instituciones financieras y organismos gubernamentales, influyen decisivamente sobre el desempeño y la valoración de la empresa. Entonces, puede decirse que el éxito de las empresas reside en la gestión de sus recursos inmateriales en pro del logro de objetivos trazados por la organización.

El desempeño empresarial: las organizaciones se encuentran en la búsqueda constante de criterios de desempeño que les permitan establecer una clara diferenciación entre ellas; el éxito de las empresas está cada vez más ligado a sus procesos empresariales y a que estos estén acordes con el direccionamiento estratégico de la organización, con el fin de maximizar la eficiencia y la eficacia, buscando alcanzar un adecuado desempeño empresarial (Vidal, 2004).⁷

Los modelos de medición y valoración de Capital Intelectual de mayor aplicabilidad en el contexto empresarial. Para adentrarse en el tema de la valoración del C.I, se hace necesario definir los conceptos de valoración y medición, los cuales tienden a confundirse (Sveiby, 1997). El marco conceptual de la IASB (International Accounting Standards Board) define la medición como un proceso que determina las cuantías monetarias reconocidas en los estados finan-

⁶ Hernández (2006).

⁷ “Desempeño empresarial: Grado de habilidad que una organización tiene con respecto al cumplimiento de sus objetivos y metas” (Vidal, 2004, p. 225).

cieros. Por tanto, este concepto permite suponer que la medición es la asignación, en forma metódica, de números a los procesos de una variable (Yepes, 2010). Por otra parte, la valoración es considerada como el proceso mediante el cual un inversionista determina el valor de un activo, con base en su rentabilidad y el riesgo que involucra su operación. En otras palabras, el objetivo de la valoración es encontrar la relación óptima entre el precio pagado por un activo y la rentabilidad esperada por esa inversión.

Análisis comparativo de los modelos de medición y valoración de C.I. Valorar el C.I resulta una tarea compleja, debido a que no existe un modelo único y aceptado de valoración que cubra las expectativas de la totalidad de empresas, ya que la ma-

yoría de ellos están ligados a la estrategia corporativa que tiene la organización y a la importancia que se le da a cada factor. Por ello, es necesario identificar los modelos de medición y valoración del capital intelectual de mayor relevancia en el contexto empresarial.

- Navigator de Skandia: es un instrumento capaz de medir de manera práctica y con indicadores financieros y no financieros el capital intelectual, visualizando de forma rápida el hoy, el ayer y el futuro de una organización (López, Nevado y Baños, 2008). Plantea una estructura basada en cinco enfoques, centrando su atención en el enfoque humano, se vale de indicadores acumulativos, competitivos, comparativos y combinados.

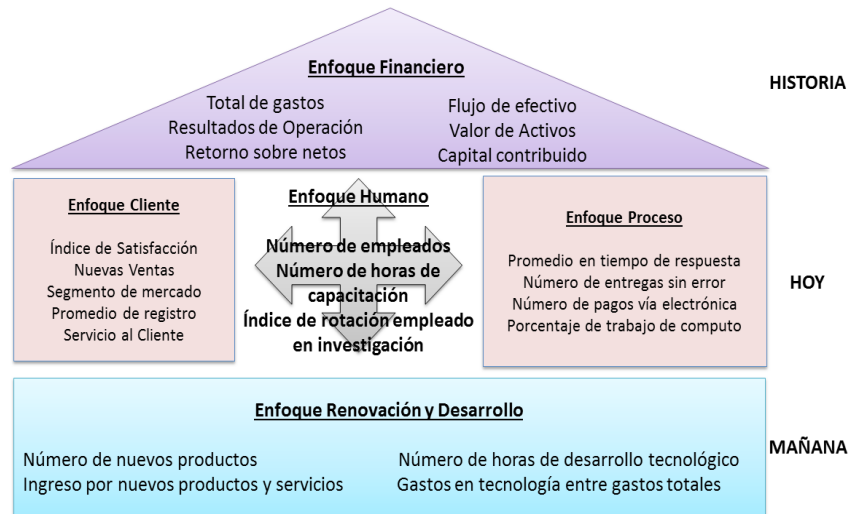


Figura 1. Ejemplo de Navegador de Skandia

Fuente: Edvinsson y Malone, 1997, p. 90.

- Balance Scorecard: este modelo se compone de cuatro perspectivas; exige un aprendizaje continuo para todos y cada uno de los integrantes de la organización promoviendo una cultura de creación de valor, basándose en indicadores estraté-

gicos aplicables a todos los niveles, ayuda a integrar los programas de la empresa analizando medidas estratégicas hacia los niveles inferiores, para alcanzar un desempeño total excelente.

- **Intelect:** el modelo contempla en su estructura la relación del capital intelectual con la estrategia implementada por la empresa, involucra el concepto de desempeño empresarial, se enfoca en evaluar el presente del C.I, pero también valora la tendencia hacia el futuro, ya que es flexible y abierto. De la misma forma, el modelo pretende acercar el valor de la empresa a su valor de mercado, así como informar sobre la capacidad de la organización para generar resultados sostenibles, mejoras constantes y crecimiento a largo plazo.
- **Intellectus:** además de complementar al anterior modelo INTELECT, busca interrelacionar los diferentes componentes y niveles que integran su estructura, basándose en la innovación, el dinamismo, el análisis, siendo adaptable, operativo y flexible. Está compuesto por las perspectivas endógena y exógena, así como por un multiplicador o componente dinamizador, adicionalmente involucra el concepto del capital tecnológico.
- **Technology Broker:** parte de los mismos principios de modelo Skandia, el modelo no llega a la definición de indicadores cuantitativos, sino se basa en la revisión de un listado de cuestiones cualitativas e incurre en la necesidad del desarrollo de una metodología para auditar la información relacionada con el capital intelectual (Brooking, 1977), los activos intangibles son clasificados en cuatro categorías, que conforman el concepto de capital intelectual.

Modelo de valoración de C.I que más se adecúa a las necesidades de las PYMES de la provincia del Sugamuxi. Entendiendo que cada empresa posee características

únicas como su estructura organizacional, estilo de liderazgo, estructura financiera, recursos materiales e inmateriales, entre otros. Es preciso implementar un modelo de valoración que se ajuste a las necesidades específicas de cada organización, para el caso de las PYMES de la provincia del Sugamuxi, no existe un modelo que se adecúe en su totalidad; por lo que se requiere unificar algunas características de los tres modelos que más se acercan a la realidad de estas organizaciones. Según la información obtenida, los modelos con características más afines son: Navigator de Skandia, Intellect e Intellectus.

El Modelo Intellectus pretende ser un modelo abierto, flexible y dinámico, capaz de adaptarse a las particularidades de las diferentes realidades organizativas (Nevado y López, 2002), teniendo en cuenta que la estructura general de este modelo es la más completa, se tomará como base para la conformación de la estructura del modelo aplicable a las PYMES de la provincia del Sugamuxi. Para complementarlo, se toman variables, elementos e indicadores de los modelos Intellect y Navigator Skandia, con los que se busca que el modelo sea más concordante con las características principales de estas organizaciones. En cuanto al modelo Intellect, este relaciona el C.I con la estrategia de la empresa, lo que coincide con el concepto que tienen los empresarios de las PYMES sobre el mismo, ya que creen que este genera valor en sus organizaciones. De igual forma, las empresas consideran importante los tres componentes más identificables del C.I (Capital estructural, Capital humano, Capital Relacional) sin hacer distinción de valor entre ellos.

En el modelo propuesto (figura 2), se tiene en cuenta la relación de dos perspectivas, la endógena y la exógena. La primera se centra en aspectos relacionados con personas y organización; mientras que la segunda se centra en la relación con los agentes del entorno externo. Adicionalmente, se tiene en cuenta la perspectiva financiera del modelo Navigator de Skandia, como punto de partida para la ejecución del modelo (Bueno, Rodríguez y Salmador, 1999). El concepto del “multiplicador” se refiere al ámbito de la gestión y la mejora continua, es decir, que el interés no se centra únicamente en

la medición de indicadores que se estimen para cada capital, sino también en las acciones para su creación y desarrollo (actividades intangibles que multiplican de forma exponencial el valor creado), con el fin de superar el valor presente, como un factor temporal de desarrollo. Este modelo está constituido por elementos, variables e indicadores que permiten una aproximación al valor real de estas organizaciones. (*E: Elemento intangible de Componentes. V: Variable intangible a medir en el elemento. I: indicador de medida de la variable.*)

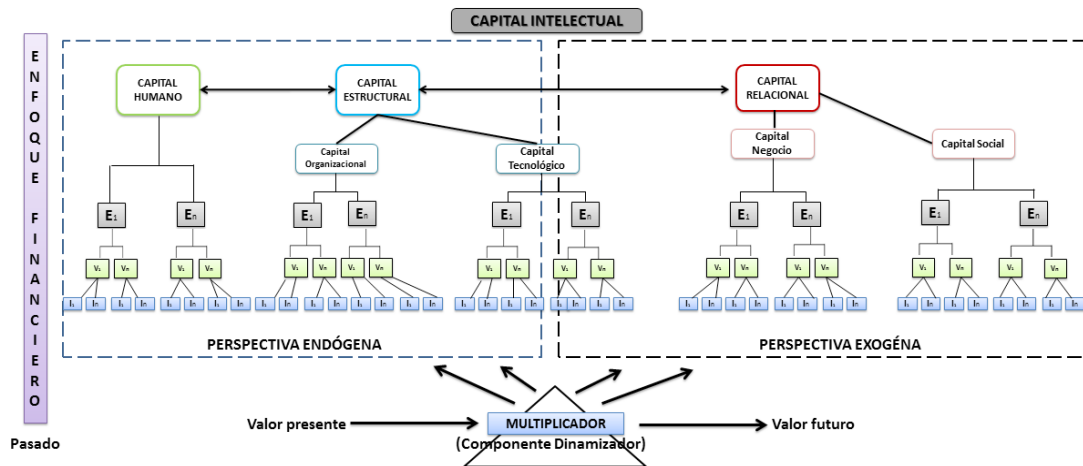


Figura 2. Estructura modelo de valoración de capital intelectual.

Fuente: construcción propia, con base en modelos Navigator de Skandia, Intellect e Intellectus.

Para reflejar los resultados obtenidos con la aplicación del modelo, se obtiene un Informe Sintético de Capital Intelectual que pretende realizar un análisis comparativo tomando en cuenta los elementos que se consideran de mayor representación de cada componente del Capital Intelectual, facilitando la visualización de la evolución de dichos activos y/o actividades intangibles dentro de la organización. Al final de la investigación, se logra vislumbrar que el tema de activos intangibles y su valoración

es dejado a un lado por las organizaciones, por tanto la aplicación de esta propuesta de valoración se ve lejana, debido a que el enfoque predominante de las administraciones se basa en lo tangible (Maquinaria, Materia Prima, etc.), ignorando los múltiples beneficios que se tendrían si se lleva un completo control sobre todos los recursos de la empresa, es decir incluir los activos intangibles.

CONCLUSIÓN

Las PYMES de la provincia del Sugamuxi son organizaciones dinámicas, flexibles y abiertas al cambio, cuyo interés se centra en el crecimiento organizacional; mediante el fortalecimiento de sus procesos, sistemas de calidad y la gestión del talento humano. Sin embargo, requiere una valoración más profunda del capital intelectual y los componentes que lo integran.

El capital intelectual presente en las organizaciones cada vez tiene más relevancia y se constituye en el eje central de ventaja competitiva. Por lo tanto, se hace necesario mejorar las herramientas de gestión para lograr que se refleje la contribución de los activos intangibles en el desempeño empresarial.

Los modelos de valoración de Capital Intelectual demandan información complementaria y no se limitan únicamente a la financiera. Es decir, el establecimiento de sistemas de medición y valoración de intangibles contribuiría al incremento del conocimiento en las organizaciones gracias a la mejora de sistemas de información y gestión.

El modelo de valoración que se ajusta a las necesidades específicas de las PYMES de la provincia del Sugamuxi, requiere unificar algunas características de los tres modelos que más se acercan a la realidad de estas organizaciones, los cuales son: Navigator de Skandia, Intellect e Intellectus.

AGRADECIMIENTOS

Las autoras expresan sus más sinceros agradecimientos:

En primer lugar, a Dios por bendecir y orientar siempre nuestro camino, por hacer realidad este sueño. A Nuestros padres, por su comprensión y apoyo incondicional en cada etapa de este proceso. A nuestra Directora del proyecto, Mg. Lina María Pedraza Goyeneche, por su esfuerzo, motivación, paciencia y dedicación, por compartir sus

conocimientos, experiencia, por su buen criterio, voluntad y simpatía, y principalmente por sus consejos y más que todo por su amistad. A nuestra Codirectora, Mg. Dorrelly Benítez Núñez, por sus consejos, su enseñanza, por su visión crítica de muchos aspectos cotidianos de la vida, por su ejemplo como profesional y como docente, que nos ayudaron a formar como personas e investigadoras.

REFERENCIAS

- Álvarez Piedrahita, I. (2011). Finanzas estratégicas y creación de valor. En: *Valoración de empresas* (4 ed.). Bogotá, D.C.: Financiar Publishing.
- Ávila Baray, H. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. Recuperado de www.eumed.net/libros/2006c/203/
- Bateman, T.S., & Snell Scott, A. (2004). *Administración, una ventaja competitiva* (4ª ed.). México DF: Editorial McGraw-Hill.
- Behar, D.S. (2008). *Metodología de la Investigación*. La Habana: Shalom.
- Brooking, A. (1977). *El capital intelectual. El principal activo de las empresas del tercer milenio*. Barcelona: Paidós.
- Bueno, E., Rodríguez, P., & Salmador, M.P. (1999). *Experiencias en medición del capital intelectual en España: el modelo intellect*. Madrid: ESIC.
- Bueno, E., Salmador, M.P., & Merino, C. (2008). Génesis, concepto y desarrollo del capital intelectual en la economía del conocimiento: Una reflexión sobre el Modelo Intellectus y sus aplicaciones. *Estudios de Economía Aplicada*, 26(2), 43-64.
- Edvinsson, L., & Malone, M. (1997). *El capital intelectual*. New York: Harper Collins Publishers, Inc.
- Eumed.net. (2004). *Las tres estrategias genéricas (factores internos)*. Recuperado en abril de 2012, de <http://www.eumed.net/coursecon/libreria/2004/alv/2c.htm>
- Franklin, B., & Gómez, G. (2002). *Organización y métodos, un enfoque competitivo*. México, D.F.: McGraw-Hill.
- Hernández, G. (2006). La gestión humana y sus aportes a las organizaciones colombianas. *Cuadernos de Administración*, 19(31), 9-55.
- Larios P., J.M. (2009). Capital intelectual: un modelo de medición en las empresas del nuevo milenio. *Criterio Libre*, 7(11), 101-121. Bogotá: Universidad Libre de Colombia.
- Lissarrague, M.Á., Simaro, J.D., & Tonelli, O.E. (2009). *Una propuesta de gestión del capital intelectual para PYMES*. Revista del Instituto Internacional de Costos, ISSN 1646-6896, n° 5, julio/diciembre 2009. Buenos Aires.
- López Ruiz, V.R., Nevado Peña, D., & Baños Torres, J. (2008). Indicador sintético de capital intelectual: humano y estructural. Un factor de competitividad. *Revista eure*, 34(101), 45-70. Recuperado de <http://www.scielo.cl/pdf/eure/v34n101/art03.pdf>.
- Magioglio, J. et al. (2001). Capital Intelectual: el intangible generador de valor en las empresas del tercer milenio. *Sextas Jornadas "Investigaciones en la Facultad" de Ciencias Económicas y Estadística*. Universidad Nacional del Rosario. Buenos Aires.
- Mantilla, S.A. (2004). *Capital Intelectual & Contabilidad del Conocimiento*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

- Nevado, D., & López, V. (2002). *El capital intelectual: Valoración y medición. Modelos, informes, desarrollos y aplicaciones*. Madrid: Prentice-Hall.
- NIC 38. [citado en 12 de noviembre de 2013]. Recuperado de <http://www.ifrs.org/IFRSs/Documents/Spanish%20IAS%20and%20IFRSs%20PDFs%202012/IAS%2038.pdf>
- Ramírez, E. (2007). Capital intelectual, Algunas reflexiones sobre su importancia en las organizaciones. *Pensamiento y Gestión*, (23). Barranquilla: Universidad del Norte.
- República de Colombia. *Art 2. Definiciones, Capítulo I. Ley 905 del 2 de agosto de 2004*.
- República de Colombia. *Ley 905 del 2 de Agosto de 2004. Art. 2. Definiciones, Capítulo I*.
- Sanches Medina, A.J., Melian González, A., & Hormiga Suárez, E. (2007). El concepto de Capital intelectual y sus dimensiones. *Investigaciones Europeas de dirección y economía de las empresas*, (13), 97 -111.
- Santos-Rodrigues, H., Figueroa, P., y Jardon, C. (2011). *La influencia del capital intelectual en la capacidad de innovación de las empresas del sector de automoción de la eurorregión Galicia Norte de Portugal*. Recuperado el 15 de septiembre de 2014, de <https://webs.uvigo.es/catedraeurorrexion/images/pdf/influenciacapital.pdf>
- Scheaffer Richard, L., & Mendenhall William, O.L. (2006). *Elementos de muestreo*. (pp. 50-75). Paraninfo.
- Smith, A. (2010). La Riqueza de las Naciones, Libro I. En: A. Gabriel y M.A. Manganeli. *Teoría del valor trabajo: los enfoques de smith y ricardo* (Capítulo 5). Buenos Aires: Universidad del CEMA.
- Stoner, J., Freeman, E., & Gilbert, D. (1996). *Administración*. (6ta. ed.). México, D.F.: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Sveiby, K. (1997). *The new organizational wealth: managing and measuring knowledge-based assets*. New York: Berrett-Koehler.
- Vidal, E. (2004). *Diagnóstico organizacional: evaluación sistémica del desempeño en la era digital*. (2da. Ed.). Colombia: Ecoe Ediciones.
- Yepes, B.M. (2010). *El constructo psicosocial de Calidad de los Procesos y Recursos Humanos. Desarrollo teórico y validación empírica*. Recuperado de http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/77653/MYB_TESIS.pdf;jsessionid=54B0F17468AC-06DB2DD7B1F278A2F804.tdx2?sequence=1.