

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

ESCUELA DE POSGRADO



**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS**

PROGRAMA DE DOCTORADO EN CIENCIAS

TESIS:

**CAPITAL INTELECTUAL Y LA MEDICIÓN DE SU VALOR MONETARIO
EN LA PEQUEÑA EMPRESA DEL SECTOR COMERCIO DE LA CIUDAD
DE CAJAMARCA. PERÚ. AÑO 2018.**

Para optar el Grado Académico de

DOCTOR EN CIENCIAS

MENCIÓN: CIENCIAS ECONÓMICAS

Presentada por:

M.Cs. BILDAURA MARGARITA ROJAS ZEGARRA

Asesor:

Dr. HECTOR DIÓMENES VILLEGAS CHAVEZ

Cajamarca – Perú

2021

COPYRIGHT © 2021 by
BILDAURA MARGARITA ROJAS ZEGARRA
Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

ESCUELA DE POSGRADO



**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS**

PROGRAMA DE DOCTORADO EN CIENCIAS

TESIS APROBADA:

**CAPITAL INTELECTUAL Y LA MEDICIÓN DE SU VALOR MONETARIO
EN LA PEQUEÑA EMPRESA DEL SECTOR COMERCIO DE LA CIUDAD
DE CAJAMARCA. PERÚ. AÑO 2018.**

Para optar el Grado Académico de

DOCTOR EN CIENCIAS

MENCIÓN: CIENCIAS ECONÓMICAS

Presentada por:

M.Cs. BILDAURA MARGARITA ROJAS ZEGARRA

JURADO EVALUADOR

Dr. Héctor Diomedes Villegas Chávez
Asesor

Dr. Marco Antonio Pajares Arana
Jurado Evaluador

Dr. María Esther León Morales
Jurado Evaluador

Dr. Julio Norberto Sánchez De La Puente
Jurado Evaluador

Cajamarca – Perú

2021



Universidad Nacional de Cajamarca
LICENCIADA CON RESOLUCIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO N° 080-2018-SUNEDU/CD

Escuela de Posgrado
CAJAMARCA - PERU



PROGRAMA DE DOCTORADO EN CIENCIAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN VIRTUAL DE TESIS

MENCIÓN: CIENCIAS ECONÓMICAS

Siendo las 5: 00 pm horas del día 10 de marzo del año dos mil veintiuno, reunidos a través de Gmeet meet.google.com/wuq-hcws-etx, creado por la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas Contables y Administrativas de la Universidad Nacional de Cajamarca, el Jurado Evaluador presidido por el **Dr. MARCO ANTONIO PAJARES ARANA, Dra. MARÍA ESTHER LEÓN MORALES, Dr. JULIO NORBERTO SÁNCHEZ DE LA PUENTE**; y en calidad de Asesor, el **Dr. HÉCTOR DIOMEDES VILLEGAS CHÁVEZ**. Actuando de conformidad con el Reglamento Interno de la Escuela de Posgrado y la Directiva para la Sustentación de Proyectos de Tesis, Seminarios de Tesis, Sustentación de Tesis y Actualización de Marco Teórico de los Programas de Maestría y Doctorado, se dio inicio la SUSTENTACIÓN de la tesis titulada: **CAPITAL INTELECTUAL Y LA MEDICIÓN DE SU VALOR MONETARIO EN LA PEQUEÑA EMPRESA DEL SECTOR COMERCIO DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA. PERÚ. AÑO 2018**; presentada por la M.Cs. **BILDAURA MARGARITA ROJAS ZEGARRA**.

Realizada la exposición de la Tesis y absueltas las preguntas formuladas por el Jurado Evaluador, y luego de la deliberación, se acordó APROBAR con la calificación de ... (18) dieciocho... (EXELENTE) la mencionada Tesis; en tal virtud, la M.Cs. **BILDAURA MARGARITA ROJAS ZEGARRA**, está apta para recibir en ceremonia especial el Diploma que la acredita como **DOCTOR EN CIENCIAS**, de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas Contables y Administrativas, Mención **CIENCIAS ECONÓMICAS**.

Siendo las 6.20: pm horas del mismo día, se dio por concluido el acto.

.....
Dr. Héctor Diomedes Villegas Chávez
Asesor

.....
Dr. Marco Antonio Pajares Arana
Presidente-Jurado Evaluador

.....
Dra. Maria Esther León Morales
Jurado Evaluador

.....
Dr. Julio Norberto Sánchez De La Puente
Jurado Evaluador

DEDICATORIA

A mis queridos hijos y nietos.

AGRADECIMIENTO

Amado Jesús: Tú has posibilitado, has dado la luz y el material para elaborar esta tesis. En el nombre del Padre, te suplico, recibas mi agradecimiento.

Bildauro Margarita

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al Dr. Héctor Diómenes Villegas Chávez, por su valioso asesoramiento en la presente tesis.

Igualmente, expreso mi profundo agradecimiento al

Propietario y trabajadores de la empresa estudiada, por las facilidades concedidas y por su importante colaboración.

ÍNDICE GENERAL

	Pag.
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
GLOSARIO	xii
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv
CAPÍTULO I	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.1.1. Contextualización	1
1.1.2. Descripción del problema	3
1.1.3. Formulación del problema	5
1.2. Justificación e importancia de la investigación	6
1.2.1. Justificación científica	6
1.2.2. Justificación técnica-práctica	6
1.2.3. Justificación institucional y personal	7
1.3. Delimitación de la investigación	7
1.4. Objetivos de la investigación	8
1.4.1. Objetivo general:	8
1.4.2. Objetivos específicos:	9
CAPÍTULO II	10
MARCO TEÓRICO	10
2.1. Antecedentes de la investigación	10
2.1.1. Internacionales	10
2.1.2. Nacionales	16
2.1.3. Regionales	19
2.2. Marco epistemológico	20
2.3. Marco doctrinal o teórico	23
2.3.1. Teoría de recursos y capacidades	23
2.3.2. Teoría del conocimiento	28

2.3.3. Teoría del capital intelectual	30
2.4. Marco conceptual.....	30
2.4.1. Conceptos del capital intelectual.....	30
2.4.2. Importancia del capital intelectual	34
2.4.3. Evolución del capital intelectual	35
2.4.4. Clases de capital intelectual.....	38
2.4.4.1. Capital humano	39
2.4.4.2. Capital estructural	40
2.4.4.3. Capital relacional.....	41
2.4.5. Métodos de medición del capital intelectual	42
2.4.5.1. Métodos con enfoque no financiero.	42
2.4.5.2. Métodos con enfoque financiero	52
2.4.6. La pequeña empresa	57
2.5. Definición de términos básicos	59
CAPÍTULO III.....	60
PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	60
3.1. Hipótesis.....	60
3.1.1. Hipótesis general	60
3.1.2. Hipótesis específicas:	60
3.2. Variables.....	60
3.2.1. Variable independiente:.....	60
3.2.2. Variable dependiente:	60
3.3. Operacionalización de variables de los componentes de la hipótesis.....	60
CAPITULO IV	62
MARCO METODOLÓGICO	62
4.1. Ubicación geográfica	62
4.2. Métodos de investigación	62
4.3. Diseño de la investigación	62
4.4. Población, muestra, unidad de análisis.....	64
4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información.	65
4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información	65
4.7. Matriz de consistencia metodológica	65

CAPÍTULO V	67
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	67
5.1. Presentación de resultados	67
5.2. Análisis, interpretación y discusión de resultados	84
CONCLUSIONES	90
RECOMENDACIONES	94
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Dimensiones conceptuales y categorías del Conocimiento Organizativo	22
Tabla 2. Conceptos de Recurso	24
Tabla 3. Conceptos de Capacidad.....	25
Tabla 4. Definiciones de capital intelectual.....	31
Tabla 5. Evolución del capital intelectual	36
Tabla 6. Elementos del Modelo INTELEC.	48
Tabla 7. Modelos de capital intelectual con información no financiera.....	49
Tabla 8. Matriz de recursos. Propuesta de Balance	55
Tabla 9. Características generales de las MYPES	57
Tabla 10. Operacionalización de los componentes de las hipótesis	61
Tabla 11. Matriz de consistencia metodológica	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ascenso cognitivo semántico de la dimensión epistemológica del conocimiento.	22
Figura 2. Dimensión estratégica del conocimiento en la organización	23
Figura 3. Esquema de Capital Intelectual - Propuesta de Skandia	43
Figura 4. Navegador de Skandia	45

GLOSARIO

Capital intelectual: Conjunto de recursos y capacidades de conocimiento, o activos intangibles que crean valor y la ventaja competitiva sostenible en las organizaciones empresariales.

Medición de valor: Es determinar la magnitud del capital intelectual en términos monetarios, para hacer visible el activo intangible u oculto, que es el que impulsa la generación de valor superior a la competencia.

Método VIC (Valor Intangible Calculado) o NCI Research Illinois: Es un modelo de medición del capital intelectual empresarial, creado y descrito en 1998 por Thomas A. Stewart, en su libro “La nueva riqueza de las organizaciones: Capital intelectual”, para tratar de calcular el valor de los intangibles en términos monetarios.

RESUMEN

“El capital intelectual y la medición de su valor monetario en la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca. Perú. Año 2018.”

La investigación tiene como objetivos: Medir el valor monetario del capital intelectual en la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca. Perú. Año 2018, estudiar su naturaleza e importancia, seleccionar y aplicar la metodología de medición adecuada a este tipo de empresas en Cajamarca.

La metodología aplicada en la investigación es el descriptivo transversal, con un enfoque cuantitativo, en cuanto a la recolección de datos tomados de los estados financieros y cálculos pertinentes. Se ha llegado a las siguientes conclusiones:

Se ha medido el valor monetario del capital intelectual en la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca. Tal medición ha sido satisfactoria y evidencia a los postulados básicos de la teoría de recursos y capacidades, de la teoría del conocimiento y de la teoría del capital intelectual, referidos a la particular naturaleza e importancia del capital intelectual de generar valor superior y la ventaja competitiva sostenible en las organizaciones empresariales.

En la medición, se ha utilizado el método financiero VIC (Valor Intangible Calculado) o NCI Research Illinois, que ha sido seleccionado por ser el más adecuado a los objetivos y características particulares de la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca.

El método VIC (Valor del intangible calculado) o NCI RESEARCH ILLINOIS, es el modelo de medición del capital intelectual empresarial, que busca calcular el valor de los intangibles en términos monetarios.

Es un método de confianza ya que se basa en una técnica de cálculo para dar valor a las marcas, técnica que es aceptada contablemente. Además, utiliza información de los estados financieros de las empresas, que es información monetaria real.

La metodología ha sido aplicada en la pequeña empresa “Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L.” comprobándose que es una metodología fácil de aplicar, útil y suficiente para dar un valor monetario realista, global, en valor absoluto del capital intelectual que la empresa necesita para conocer sus niveles de valor intangible y de competitividad, en el contexto de la economía del conocimiento, donde el éxito empresarial se logra con el desarrollo de intangibles.

La aplicación del método y el resultado obtenido en la pequeña empresa estudiada, nos han permitido determinar ventajas y limitantes.

Palabras claves: Capital intelectual, Medición de valor, Método VIC (Valor intangible calculado) o NCI Research Illinois.

ABSTRACT

"Intellectual capital and the measurement of its monetary value in the small business of the commerce sector in the city of Cajamarca. Peru. Year 2018."

The research has the following objectives: to measure the monetary value of intellectual capital in the small business of the commerce sector in the city of Cajamarca. Peru. Year 2018, study its nature and importance, select and apply the appropriate measurement methodology to this type of companies in Cajamarca.

The methodology applied in the research is the cross-sectional descriptive, with a quantitative approach, in terms of data collection taken from financial statements and relevant calculations. The following conclusions have been reached:

The monetary value of the intellectual capital in the small business of the commerce sector in the city of Cajamarca has been measured. Such measurement has been satisfactory and evidences the basic postulates of the theory of resources and capabilities, the theory of knowledge and the theory of intellectual capital, referred to the particular nature and importance of intellectual capital to generate superior value and sustainable competitive advantage in business organizations.

In the measurement, the VIC (Calculated Intangible Value) or NCI Research Illinois financial method has been used, which has been selected for being the most adequate to the objectives and particular characteristics of the small business of the commerce sector in the city of Cajamarca.

The VIC method (Calculated Intangible Value) or NCI RESEARCH ILLINOIS, is the model for measuring business intellectual capital, which seeks to calculate the value of intangibles in monetary terms.

It is a reliable method since it is based on a calculation technique to give value to brands, a technique that is accepted in accounting terms. In addition, it uses information from the companies' financial statements, which is real monetary information.

The methodology has been applied in the small company "Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L." proving that it is a methodology easy to apply, useful and sufficient to give a realistic monetary value, global, in absolute value of the intellectual capital that the company needs to know its levels of intangible value and competitiveness, in the context of the knowledge economy, where business success is achieved with the development of intangibles.

The application of the method and the results obtained in the small company studied have allowed us to determine advantages and limitations.

Key words: Intellectual capital, Value measurement, VIC method (Calculated Intangible Value) or NCI Research Illinois.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Contextualización

A través de la historia, conocemos, que la economía mundial, se basó primero, en la tierra y el trabajo como fuente principal de riqueza; luego, en la época industrial, el capital cobra mayor importancia por ser necesario para las grandes inversiones en activos físicos que demandaban las economías de escala. Hoy en cambio, estamos inmersos en una economía basada en el conocimiento, en donde, los activos intangibles o, recursos y capacidades de conocimiento, significan esa fuente de valor, por su gran capacidad de generar beneficios sostenibles en el tiempo, así como, por que impulsan la formación de una posición competitiva en el mercado.

Godín (como se citó en Ley, 2017) agrega que el conocimiento forma parte de la actualidad empresarial mutante y cambiante y es en ésta realidad que surge el concepto de la economía basada en conocimiento.

El conocimiento, constituye una variable más del proceso de creación de valor de la empresa, incidiendo y propiciando los cambios en las organizaciones actuales. Es una nueva dimensión que se integra al proceso de gestión empresarial. (Martín & Maldoveanu, 2003, como se citó en Ley, 2017)

El capital intelectual representa al colectivo de los activos intangibles que pueden ser identificados y medidos (Malhotra, 2000).

El capital intelectual está integrado por la posesión de conocimientos, la experiencia aplicada, la tecnología organizativa, las relaciones con clientes y las habilidades profesionales que proporcionan a una empresa una ventaja competitiva en el mercado (Edvinsson y Malone, 1999).

En Euroforum (1998), Se indica que: “El capital intelectual se puede definir como el conjunto de activos intangibles de una organización que, pese a no estar reflejados en los estados contables tradicionales, genera valor en la actualidad o tiene potencial de generarlo en el futuro”.

Como los conocimientos esenciales o competencias nucleares (conocimientos propiamente dichos, habilidades, experiencias, valores, actitudes, “know how”, etc.) generan valor económico para la empresa, se puede considerar desde una perspectiva contable financiera, como activos intangibles, activos intelectuales o capital intelectual (Viedma, 2000).

Podríamos seguir mencionando a más autores para darnos cuenta de que, hay coincidencia en ellos, en que, el capital intelectual está compuesto por elementos de naturaleza intangible, que son de gran relevancia para la empresa por su capacidad de crear valor y por contribuir a conseguir la ventaja competitiva sostenible.

Actualmente la creación de valor económico en la empresa, constituye un nuevo criterio de éxito empresarial, que implica, entre otros aspectos, no sólo el incremento en las ventas y la obtención de utilidades. Se necesita, además, obtener un rendimiento sobre los recursos invertidos superior a la media del sector. Se crea valor solamente cuando el rendimiento es superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida por los inversionistas (Viloria, Nevado, López, 2008). Lo que significa, que la empresa alcanza la ventaja competitiva.

La ventaja competitiva sostenible, se logra con las innovaciones y éstas sólo son posibles mediante inversiones en intangibles (Lev, 2003).

Porter (1990) nos dice, que la innovación es un proceso de mejora constante que deben llevar a cabo las organizaciones para lograr ventajas competitivas sostenibles.

La innovación comprende, la tecnología, los métodos, los nuevos productos, los nuevos procedimientos de producción, las nuevas formas de comercialización y la identificación de nuevos clientes (Lev, 2003).

En el marco de la normatividad vigente, tanto a nivel nacional como internacional, no existe el reconocimiento contable de los activos intangibles autogenerados en la empresa, motivo por el cual, sus valores, no aparecen en los estados financieros correspondientes. Consecuentemente, las empresas no cuentan con información sobre su capital intelectual. Esta situación, ha impulsado a diferentes entidades, especialmente en el mundo desarrollado, a construir sus propios modelos de determinación de valor, conforme a lo que para ellos representa el capital intelectual, teniendo en cuenta además sus estrategias corporativas, sus necesidades de información y el interés particular de la organización.

En 1994, la empresa sueca Skandia AFS, fue la primera empresa del mundo que publicaba un informe de capital intelectual. Desde entonces hasta ahora, han sido numerosas las organizaciones que se han interesado en la medición del capital intelectual utilizando sus propias cuentas, incluso trazando varias directrices que guían su presentación (Ley, 2017).

En este contexto, Para las empresas peruanas, la generación de valor y el desarrollo de la ventaja competitiva sostenible, constituyen su objetivo fundamental para poder enfrentar los desafíos presentes y futuros de la economía del conocimiento.

En éste sentido, poseer información respecto al capital intelectual, sobre su valor monetario, en las empresas en general y en las del distrito de Cajamarca en particular, es imprescindible para la toma de decisiones.

1.1.2. Descripción del problema

En la economía del conocimiento en que vivimos, en que el apogeo del capital intelectual es cada vez más significativo, las empresas buscan diferenciarse y desarrollar recursos superiores a los de la competencia. Tal es así, que hay empresas que se preocupan por establecer relaciones con sus clientes, fundamentalmente, con

sus proveedores y otros interesados, por alcanzar mejores niveles tecnológicos para mejorar sus procesos y bajar costos, sus comunicaciones, redes sociales, software, etc., generar nuevos productos o servicios, alcanzar el conocimiento organizacional, procuran el desarrollo de habilidades y la capacitación del personal, entre otros; todo, como recursos intangibles y capacidades que se traduzcan en el valor del capital intelectual como diferenciación empresarial.

Lamentablemente. A nivel del país Perú, las MYPEs. que constituyen en cuanto a número, el 95 % del total de empresas privadas formales, sólo aportan el 23.5% del valor agregado total del País, debido a sus bajos niveles de productividad.

De otro lado, en cuanto a competitividad, el país, de acuerdo a los índices del IMD (Índice mundial de desempeño), tiende a empeorar desde el 2008 (año de ingreso del Perú al IMD), así tenemos que, en “desempeño económico” el Perú pasó del puesto 26 al 32 de 60 países; en “eficiencia de negocios” del 40 al 41 de 60 países.

Mostrándonos que la MYPE peruana, desarrolla niveles bajos en intangibles que no la hacen crecer como negocio, y que posiblemente no logran adaptarse a los cambios y exigencias de la economía del conocimiento.

En el marco de la normatividad vigente, es de conocimiento de los profesionales contadores, de que, tanto a nivel nacional como internacional, no procede el reconocimiento contable de los activos intangibles autogenerados en la empresa, motivo por el cual, sus valores, no aparecen en los Estados financieros correspondientes. Consecuentemente, las empresas no cuentan con la información de su capital intelectual.

Rojas (2005) en su tesis sobre el valor económico agregado (EVA) como herramienta de gestión empresarial. Aplicación y análisis en una empresa comercial de la ciudad de Cajamarca; detecta, que ésta metodología de medición de valor agregado empresarial, no considera al activo intangible en su procedimiento de cálculo, lo que se destaca como una limitante de la metodología, ya que no provee información real (que considere a los valores tangibles e intangibles) sobre el valor económico de las organizaciones.

Es de suma importancia para las empresas del siglo XXI que desarrollen su capital intelectual, para lograr su posición competitiva sostenible en el tiempo.

Experiencias muy importantes sobre usos de modelos de medición de capital intelectual más conocidas, hacen referencia a grandes organizaciones, pero hay métodos muy importantes en la literatura especializada, que pueden aplicarse en empresas de cualquier tipo, independientemente de su tamaño; por tanto, debemos investigar en empresas de nuestro país, particularmente en las de Cajamarca, en donde no se conocen métodos de valoración del capital intelectual.

Los inversionistas y gerentes de pequeñas empresas de nuestra zona, no cuentan con una metodología que les permita conocer el valor monetario de su capital intelectual que vienen generando sus negocios. Tal es el caso de la pequeña empresa Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L., en la que, si bien, tiene en alta consideración a su capital intelectual, el problema es que desconoce su valor monetario, debido a que no aplica ninguna metodología para determinarlo; teniendo así, limitaciones para la toma de decisiones en cuanto a sus intangibles, situación que podría afectar su competitividad. En tal sentido, es necesario medir el valor monetario del capital intelectual que posee esta empresa, como una solución a este problema. Por tanto, buscaremos responder a la pregunta:

1.1.3. Formulación del problema

Interrogante general

¿Cuál es la metodología que permita medir adecuadamente el valor monetario del capital intelectual de la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca en el año 2018?

Interrogantes específicas

- a. ¿La aplicación de esa metodología resultaría ventajosa para la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca en el 2018?
- b. ¿La aplicación de esa metodología presentaría limitaciones para pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca en el 2018?

1.2. Justificación e importancia de la investigación.

1.2.1. Justificación científica.

La presente investigación, aporta al conocimiento, fundamentándose en las bases teóricas sobre la naturaleza, herramientas y métodos de medición del capital intelectual, propuestas en la literatura especializada. En tal sentido, la aplicación en la práctica de una metodología seleccionada para el estudio del capital intelectual en una pequeña empresa de la ciudad de Cajamarca, va verificar su funcionalidad, sus bondades y limitaciones de la misma, lo que va mejorar, reforzar o, enriquecer la teoría. De otro lado, esta metodología va ser de utilidad colectiva, dado el contexto actual de auge del capital intelectual, con tendencia a intensificarse en el tiempo, hay la necesidad del empresariado en general, de conocer su capital intelectual con el que cuentan, para optimizarlo y mantener la competitividad, mediante su gestión adecuada, obviamente.

1.2.2. Justificación técnica-práctica.

La empresa Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L, necesita contar con una metodología que le permita tener información sobre el valor monetario de su capital intelectual, que le está ayudando a crear valor, por tanto, a superar a sus competidores del sector comercio donde opera, para que pueda desenvolverse exitosamente.

Dotar de una metodología para medir el capital intelectual a la gerencia y, a todos los niveles y áreas de la empresa, debe servir, para que todos los involucrados en el negocio, contribuyan a la creación de valor; es decir, ayuden a desarrollar su capital intelectual y así mantenerla competitiva en el tiempo.

La metodología utilizada en Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L, puede servir de modelo para ser aplicada en otras empresas locales que también necesitan mejorar, para ser competitivas.

1.2.3. Justificación institucional y personal.

Desde el punto de vista institucional:

La presente investigación, desarrolla una importante metodología para medir el capital intelectual en una pequeña empresa del distrito de Cajamarca, que es de fácil aplicación y que, a nuestro criterio, se adapta a la realidad de nuestras empresas. La metodología se estará presentando de manera que se facilite su consulta y utilización práctica en las organizaciones de la zona.

El presente trabajo, puede servir también, para motivar a los profesionales de la especialidad, principalmente, y a otros investigadores interesados, para continuar con investigaciones sobre el tema, dada, la gran importancia del capital intelectual en el mundo de los negocios, la ausencia de un modelo estándar formal y la necesidad urgente del empresariado por contar con información sobre éste valioso recurso.

A nivel de región, se ha encontrado sólo un artículo de Carlos Huamán, ex alumno de la Escuela de Contabilidad de la UNC, quien nos proporciona una fórmula interesante para el cálculo del capital intelectual empresarial, basada en la matemática y en algunas variables económicas de las empresas. Que estas bases, sirvan para animar la realización de trabajos de este interesante tema, en la Universidad Nacional de Cajamarca.

Desde el punto de vista personal:

La presente investigación complementa los trabajos de investigación desarrollados por la autora a nivel de tesis y de FEDU, sobre temas relacionados a la medición de la creación de valor económico en empresas comerciales y de servicios, respectivamente.

1.3. Delimitación de la investigación

En el aspecto teórico, el desarrollo del marco teórico y conceptual, nos permitirán conocer y comprender la naturaleza e importancia del capital intelectual para las organizaciones, así como, a seleccionar e identificar un modelo de medición a nuestro criterio adecuado para ser aplicado en la medición del valor monetario del

capital intelectual en la pequeña empresa del distrito de Cajamarca, específicamente, en la empresa Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L.

En el aspecto fiable, la información a utilizar en la investigación para la aplicación del modelo de medición, será tomada de los estados financieros de la empresa, correspondientes a los años 2016, 2017 y 2018. Y que han sido presentados a la SUNAT, por tanto, contaremos con información confiable.

En el aspecto técnico, la metodología elegida para medir el valor monetario del capital intelectual de la empresa en estudio, se basa en uno de los procedimientos de cálculo de la marca, conocido activo intangible sumamente importante en el mundo de los negocios, que pertenece a la organización como capital interno y que otorga a sus propietarios una mayor rentabilidad de capital, en comparación a sus competidores sin marca. Lo que destacará la validez de la metodología elegida para el caso de Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L.

En el aspecto espacial, la investigación se delimita al distrito de Cajamarca. Con la finalidad de que la metodología aplicada a la empresa Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L, sea de conocimiento y aplicada en otras organizaciones del distrito, especialmente en las MYPES del sector comercio.

En el aspecto temporal, delimitando el tiempo, el estudio abarca desde el 01 de enero de 2018 hasta el 31 de diciembre del 2018.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general:

Medir el valor monetario del capital intelectual en la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca. Perú. Año 2018.

1.4.2. Objetivos específicos:

- a. Estudiar y comprender la naturaleza e importancia del capital intelectual para que se facilite la interpretación y fundamentación de la medición del valor monetario en la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca. Perú. Año 2018.
- b. Estudiar y analizar diferentes métodos de medición de capital intelectual, para hacer posible, la selección del modelo adecuado para el cálculo del valor monetario del capital intelectual en la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca. Perú. Año 2018.
- c. Aplicar el método VIC (Valor Intangible Calculado) o NCI Research Illinois seleccionado, en la medición del valor monetario del capital intelectual, en la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca. Perú. Año 2018.
- d. Determinar las ventajas y limitaciones de la metodología VIC (Valor Intangible Calculado) o NCI Research Illinois. En base al caso práctico.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Internacionales

Rodríguez y Villafranca (2005) en su trabajo de investigación “Importancia del capital intelectual y su medición contable dentro de las organizaciones”, se han trazado objetivos como: Identificación de los elementos del Capital Intelectual, los métodos de medición que existen y cuál es la importancia que tiene el capital intelectual en las organizaciones.

Han llegado a las siguientes conclusiones: el Capital Intelectual está comprendido por elementos humanos, elemento estructural que a su vez comprende elementos cliente, de mercado, de procesos; que existen varios métodos para medir el Capital Intelectual tales como el Navegador Skandia, El Modelo Balanced Scorecard, el Technology Broker entre los más importantes.

Alonso (2013) en su trabajo de investigación “Estudio de casos de capital intelectual en empresas gallegas”, ha comprobado que, el Capital Intelectual ha ido adquiriendo cada vez más importancia para las empresas en los últimos años. Es por ello que en este trabajo de investigación se trató de profundizar en el concepto del Capital Intelectual, analizando distintas definiciones expuestas hasta el 2013, las partes que lo componen y modelos que se han utilizado hasta ahora para su medición. Su objetivo principal, es el de conocer la percepción que tienen algunas empresas gallegas sobre el Capital Intelectual y cómo gestionan sus activos intangibles.

Presenta, entre otras, las siguientes conclusiones:

Indica que, debido a la dificultad que existe a la hora de establecer una definición única que englobe los principales elementos que distinguen al capital intelectual, se ha planteado una definición propia, que es la siguiente: El Capital Intelectual engloba

el conjunto de activos intangibles que posee una empresa y que añaden valor a las actividades que ésta realiza, lo que le va a permitir generar una ventaja competitiva de mercado.

Considera, interesante la relación existente entre las diferentes dimensiones del capital intelectual. Es obvio que entre las distintas partes del capital intelectual debe haber una conexión y una sincronización. Solo logrando la sincronización de las distintas dimensiones del capital intelectual logrará la empresa optimizar sus esfuerzos.

Se ha puesto de manifiesto la dificultad a la hora de elaborar un modelo para la medición del capital intelectual. Para ello es necesario establecer una serie de variables o indicadores, teniendo en cuenta la naturaleza del negocio de la empresa y las actividades que ésta desempeña.

Se ha demostrado que la elaboración de un modelo para la medición del capital intelectual es una tarea complicada y minuciosa, que requiere de un conocimiento exhaustivo de la empresa por parte de la persona o personas encargadas de elaborarlo. Además, dicho modelo debe estar bajo continua revisión y actualización.

Respecto a la importancia del capital intelectual para las empresas. Se ha visto la importancia que han adquirido, en los procesos productivos, actividades como por ejemplo la Investigación y el Desarrollo, campañas de marketing para mejorar la imagen de la empresa, formación continua de los trabajadores, utilización de tecnología de vanguardia o, al menos, actualizada, y un largo etcétera de actividades vinculadas al capital intelectual. Ello hace ver que existen otras formas de generación de valor para la empresa que están adquiriendo gran importancia y que están relacionadas directamente con el capital intelectual.

Serpa (S.f.). en su investigación “Capital Intelectual en entidades hoteleras cubanas. Mito o realidad”, concluye en lo siguiente:

Que el desarrollo de los activos de la información y el conocimiento es un fenómeno inherente al momento que vive la humanidad caracterizado por lo que se denomina

“La Globalización” avizorando que estos activos, pasarán a ocupar el lugar de vanguardia en cuanto a su valor e importancia, por lo que la gestión operativa y estratégica de dichos activos, será de extrema importancia para cualquier tipo de empresa.

Así mismo, indica que el capital intelectual es un concepto muy abarcador, que puede resumirse en un conjunto de atributos que debe poseer la empresa para llevar a cabo una gestión económica satisfactoria e inclusive sobrevivir en un entorno cada vez más competitivo.

Que existen múltiples experiencias en la gestión del Capital Intelectual, sin embargo como fenómeno contable, resulta aun extremadamente complicado valorar al Capital Intelectual usando indicadores financieros. El modelo VIC (Valor Intangible Calculado) RCI Research Illinois, desarrollado por Thomas Stewart y descrito en esta investigación, da la posibilidad de valorar al Capital Intelectual a través de indicadores financieros, y es perfectamente aplicable a muchos tipos de empresas.

Que el modelo RCI Resarch Illinois, ha sido aplicado en el hotel Versailles de Santiago de Cuba, obteniéndose resultados catalogados de sorprendentes. Existe Capital Intelectual en la empresa cubana de hoy?. Es una pregunta que trata de responder este trabajo.

Finalmente, corrobora que la entidad cubana del momento, siempre y cuando cumpla con determinados requisitos, puede ostentar de activos de la Información y del conocimiento, obteniéndose una valoración más realista y a tono con los tiempos que se viven, en correspondencia con lo que se denomina hoy " La era del Conocimiento y la Información.

Malgioglio et al. (2001) en su trabajo “Capital intelectual: el intangible generador de valor en las empresas del tercer milenio”, presenta, entre otras, las siguientes conclusiones:

Los recursos intangibles han adquirido sustancial relevancia en las empresas del tercer milenio, por su posibilidad de brindar verdaderas ventajas competitivas para las empresas.

A la combinación de todos los activos inmateriales que permiten funcionar a la empresa, se suele denominar capital intelectual. Se puede incluir en su definición factores tales como liderazgo en tecnología, formación de empleados, marcas comerciales y patentes, lealtad de la clientela, rapidez y eficiencia en los procesos internos de la empresa entre otros.

Dentro de los elementos que componen el capital intelectual, se pueden mencionar el capital humano y el capital estructural, compuesto por el capital clientela y el capital organizacional.

Cada empresa dispone de una combinación propia de recursos intangibles y no existiendo un mercado para ellos, no es fácil acceder a los mejores.

En los últimos años se han planteado diferentes modelos con el fin de poder identificar, medir y valorar los activos intangibles a través de indicadores financieros y no financieros de carácter cualitativos y cuantitativos.

Mesén (2012) en su artículo científico “Capital intelectual: su valoración en el contexto empresarial”, persigue como objetivo analizar y contrastar las diferentes perspectivas y, por consiguiente, los diversos modelos que a lo largo de las últimas décadas han sido diseñados con el propósito de cuantificar el valor del capital intelectual que es adquirido o desarrollado por las empresas.

En términos generales, el estudio del concepto, naturaleza e importancia del capital intelectual, así como de los modelos existentes para determinar su valoración financiera y contable, hace posible establecer algunas conclusiones de importancia, como las siguientes:

Las circunstancias del entorno económico actual, sumadas al enorme valor estratégico y funcional que los activos intangibles y, en particular, el capital

intelectual han tomado durante las últimas décadas, han dado como consecuencia un giro radical a los modelos que los expertos utilizan para la valoración contable y financiera de una empresa, pasando de un esquema que originalmente se basaba en activos tangibles a un nuevo esquema donde los activos intangibles son los principales generadores de valor.

En la actualidad, el capital intelectual, es decir, las destrezas, los conocimientos, la capacidad gerencial y de innovación del personal de las organizaciones, representa una de las principales fuentes de generación de valor para éstas. Pese a lo anterior, resulta clara la existencia de importantes dificultades implícitas en los procesos de valoración financiera y contable de este activo intangible, aspecto que incluso hoy día todavía hace que no sea factible dar fiabilidad a los resultados que se derivan de la aplicación de las diversas técnicas de valoración existentes.

Dada su naturaleza y características, existe gran coincidencia entre los expertos acerca de la enorme importancia y valor estratégico, financiero y contable que el capital intelectual tiene para una empresa; sin embargo, al presente, aún no ha sido posible el diseño e implementación de un modelo de valoración que sea generalmente aceptado y que, a su vez, permita medir de forma fiable el valor financiero y contable del capital intelectual generado internamente por las empresas. En este punto se plantea como un reto importante el establecimiento de un modelo estándar de valoración para el capital intelectual, el cual cuente con el reconocimiento generalizado de expertos y entes competentes.

Las reglas prescritas por la Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) para el tratamiento contable de los activos intangibles y, en especial, para el reconocimiento de las erogaciones que una entidad hace para generar, de forma interna, capital intelectual deben ser replanteadas y mejoradas, a efecto de que los estados financieros de uso general incorporen y reflejen, de manera más apropiada, el valor integral de una empresa, es decir, el valor de todos sus activos tangibles e intangibles.

Es así como la ruptura del paradigma actual de registro contable del capital intelectual representa uno de los principales retos que afronta la teoría contable contemporánea.

Joya, Gámez, Ortiz y Gálvez (2015) en su artículo científico “Medición del capital intelectual en empresas mexicanas” da a conocer que, la finalidad de este trabajo es reflexionar sobre la medición del capital intelectual como factor productivo, en empresas mexicanas, a partir del estudio del estado del arte. Su importancia radica en haberse hecho las valoraciones en ese contexto, teniendo en cuenta que el capital intelectual constituye un activo generador de riqueza para las organizaciones, además de la necesidad de estos estudios. Los fundamentales métodos de investigación fueron el análisis-síntesis, la inducción-deducción, el histórico-lógico y la entrevista.

Además, arriba, entre otras, a las siguientes conclusiones:

Primero, el entorno competitivo que la mayoría de las empresas afrontan en la actualidad, donde el conocimiento alcanza mayor relevancia como factor productivo, demanda una revisión minuciosa de lo que existe internamente y externamente en la organización.

Segundo, aunque existen modelos y metodologías sobre el capital intelectual, desarrolladas en la teoría y la práctica, constituye una necesidad su contextualización a las características nacionales, sectoriales y de las organizaciones para que se integren armónicamente al sistema de gestión organizacional.

Tercero, México presenta serias limitaciones en la gestión de su capital intelectual. Constituye una necesidad que se desarrollen políticas y estrategias a los diferentes niveles gubernamentales que estimule a los académicos y empresarios mexicanos en el diseño e implementación de metodologías y procedimientos adecuados a sus realidades.

Monagas (2012) en su artículo científico “Procedimiento metodológico para la medición del capital intelectual en empresas hoteleras”, presenta la propuesta de un procedimiento dirigido a la medición y evaluación del capital intelectual en las empresas hoteleras, que parte de una concepción que aborda los aspectos que el directivo de este tipo de organizaciones debe emplear, de manera ineludible, si pretende alcanzar un resultado favorable. La sustentación teórica del procedimiento y de su esquema conceptual se basa en identificar un sistema de principios y se

estructura el procedimiento propuesto en 3 momentos diferentes: Diagnóstico, Instrumentación y Ejecución.

Arribando a las siguientes conclusiones:

El procedimiento de medición de capital intelectual, derivado del modelo de gestión del capital humano, posee características que lo diferencian de otros, al perfeccionar el grado de control sobre elementos no identificados hasta el momento en las empresas hoteleras y relacionarlos con la mejora gradual de su gestión.

El procedimiento permite medir el capital intelectual en la empresa hotelera, sobre la base de la valoración de sus condiciones para la identificación de elementos del capital intelectual, la precisión del comportamiento de indicadores y el instrumental metodológico para el análisis de lo que expresan los indicadores calculados.

La medición del capital intelectual en el período 2009-2011, permitió identificar insuficiencias detectadas en la etapa de diagnóstico, entre las que se destacan: la capacitación no está en correspondencia con las necesidades específicas del puesto, la exploración de las oportunidades de mejora en el área de los procedimientos relacionados con la satisfacción del cliente, el estímulo a las iniciativas que puedan tener los trabajadores y la utilización del Fórum de Ciencia y Técnica como elemento catalizador de innovaciones.

La aplicación del procedimiento permitió a los directivos del Hotel Parque Central, proponer mejoras que contribuyeron a la obtención de logros relacionados con el perfeccionamiento de los procesos, la implementación del manual de operaciones, la calidad en la evaluación del desempeño, la valoración de los clientes del servicio del hotel y el mejoramiento de la satisfacción de los trabajadores.

2.1.2. Nacionales

Reyes (2011) en su trabajo de investigación “La valoración del capital intelectual y su repercusión en el patrimonio de las empresas en el país”, menciona que, el objetivo general de la presente investigación es, contribuir al desarrollo de un marco conceptual, que mediante un enfoque integrador y multidimensional, Gestión del

conocimiento, productividad y excelencia de gestión permita explicar si la valoración del capital intelectual permite brindar una mejor información a los usuarios sobre los activos, pasivos y patrimonio de las empresas en el país para la mejor toma de decisiones.

Se llega a comprobar que, la valorización del Capital Intelectual como activo intangible repercute en la variación del patrimonio en los aspectos económicos y financieros de las empresas en el país, generando mayor liquidez y rentabilidad para una mejor gestión empresarial hacia el logro de los objetivos y metas institucionales.

Además, concluye en lo siguiente:

1. El Capital Intelectual es un conjunto de Activos Intangibles los cuales tienen un valor muy significativo, que en algunos casos puede ser mayor a los activos tangibles en una organización, pero por desconocimiento o por la complejidad de su valorización no se muestran en los Estados Financieros de las empresas en nuestro país.
2. El Capital Intelectual nos permite medir el Equilibrio Patrimonial de la Compañía.
3. El Capital Humano al crear confianza en las empresas hace posible tomar decisiones oportunas para mejorar los resultados y el valor de la Empresa.

Limache (2017) en su trabajo de investigación “Capital Intelectual en la competitividad de las MIPYMES de la región Tacna – 2015”, nos da a conocer que, los objetivos del estudio fueron determinar la influencia del capital intelectual en la competitividad de las MIPYMES manufactureras de la región Tacna en el año 2015, evaluar el nivel del capital intelectual, el nivel de competitividad, y el nivel de influencia del capital intelectual en la competitividad.

También busca identificar la relación de dependencia entre el capital intelectual y la competitividad identificando las dimensiones e indicadores del capital intelectual que afectan en forma significativa.

Los resultados de la investigación indican, que los niveles de los indicadores de capital humano son regulares tendiendo a un nivel alto, las dimensiones de la Competitividad tienen nivel bajo, excepto en Función Financiera. Respecto a la relación entre Capital Intelectual y Competitividad se confirma la correlación significativa entre estas variables ($r_s = ,458$), así como entre Competitividad y las dimensiones de Capital Intelectual.

También, que el modelo de regresión obtenido entre Competitividad y Capital Intelectual es un modelo sin intercepto.

Competitividad = 1,986 capital intelectual.

Concluyendo que, el nivel del capital intelectual de las MIPYMES manufactureras es regular, el nivel de competitividad es bajo, el nivel de influencia del Capital Intelectual en la Competitividad es directa y significativa.

Sagastegui y Valiente (2014), realizaron un estudio sobre el capital intelectual y su incidencia en la valorización de los activos de las Mypes de la Ciudad de Trujillo, Perú. Su objetivo fue determinar la incidencia del capital intelectual en la valorización de los activos de las Mypes (micro y pequeña empresa) de la ciudad de Trujillo. Aplicó una encuesta a 308 Mypes de la ciudad de Trujillo y concluyó generando una propuesta de indicadores que servirán para detectar y gestionar el capital intelectual.

García (2005) en su artículo científico “Diseño de un modelo para la medición del capital intelectual de empresas de manufactura en el Perú”, menciona que, el Modelo para la medición del capital intelectual de una empresa de manufactura en el Perú tiene un valor importante por ser el elemento clave para conocer la estructura de los activos intangibles de la empresa y su capacidad para generar valor. La creación del valor no sólo depende de los activos físicos, sino cada vez más de los activos intangibles, por ello es que los indicadores del capital intelectual se están identificando y estructurando para que el modelo garantice que los resultados que se obtengan sean aceptables y creíbles.

Otero y Schwarz (2018) en su artículo científico “Revisión de la literatura de las técnicas y métodos de medición del Capital Intelectual”, nos indica que la presente investigación revisa el estado del arte de las técnicas y métodos de medición del Capital Intelectual existentes hasta el 2015, examinando la literatura vinculada para establecer una clasificación a partir de las fortalezas y limitaciones encontradas. El método utilizado consta de tres etapas, la primera se concentra en una recolección de fuentes documentadas en las bases de datos EBSCO, PROQUEST y SCIENCE DIRECT, para luego seleccionar aquellas que emplean técnicas cuantitativas en la medición y finalmente se desarrolla un análisis y clasificación de la literatura vinculada. Se ha revisado un total de 68 investigaciones, de las cuales 17 pertenecen al estado del arte, encontrándose una tendencia evolutiva en las técnicas de medición de indicadores. El estudio concluye que el Capital Intelectual es un tema en permanente discusión intelectual y resalta la existencia de deficiencias subsistentes como la inclusión de aspectos ontológicos en el cálculo de los actuales indicadores.

Rodríguez y Manrique (2017). En su trabajo de investigación “Propuesta de valoración del capital intelectual aplicando el modelo skandia navigator en la agencia compartamos financiera, sede principal de Santa Martha - Cercado - Arequipa, 2017”, persigue, conocer la valoración del capital intelectual y resaltar su importancia en la agencia bancaria Compartamos Financiera en la sede principal de Santa Martha en la ciudad de Arequipa, el cual se realizará en base al modelo Skandia Navigator. En la actualidad este tipo de empresas están en constante cambio en cuanto al control y gestión, lo que se ve reflejado en un crecimiento del mercado, es por eso que se buscan modelos que se adecuen a las exigencias competitivas del mundo globalizado que sirvan de instrumento para la toma de decisiones, ya que el valor del contenido intangible está prevaleciendo explícitamente al valor tangible de las organizaciones.

2.1.3. Regionales

Huamán (2007) presenta una importante formula, para determinar el valor del capital intelectual, como la siguiente:

$$K_I = 90(P \cdot E_m) e^{\left[\frac{1}{2} \left(\frac{P - E_m}{E_m} \right) + \frac{UN}{UAI} + \frac{UC}{UB} \right]}$$

Dónde:

90 : Es el valor del Coeficiente Intelectual numeral.

P : Es el número de personas en la empresa que están en diferentes áreas.

E_m : Experiencia media del Recurso Humano

UN: Utilidad Neta

UAI: Utilidad Antes de Impuestos

UB: Utilidad Bruta

e: Epsilon

K_I : Capital Intelectual

2.2. Marco epistemológico

Las bases epistemológicas en la que se sustenta el trabajo de investigación tienen como referencia al hombre, a su desarrollo intelectual, a sus conocimientos, a entender cómo conducir el conocimiento en la organización, a su capacidad para crear y desarrollar los activos intangibles como expresión material del proceso del conocimiento.

La dimensión epistemológica del conocimiento se fundamenta en los trabajos de Polanyi (1983) sobre el conocimiento tácito y el conocimiento explícito, estudiada también por otros investigadores como Nonaka y Takeuchi (1995) y Spender (1996).

El conocimiento tácito es el "saber cómo" (Grant, 1996), que resulta de la experiencia y la práctica. Es difícil, sino imposible, de expresarlo y comunicarlo y es descubierto a través de su aplicación.

El conocimiento explícito es el "saber acerca de" (Grant, 1996), es abstracto, independiente del individuo o grupo, puede ser formalizado, comunicado y codificado, expresado por símbolos y lenguaje. Es adquirido a través de la experiencia en el trabajo, en las prácticas y rutinas diarias de los individuos. La empresa los potencia a través de sus comunicaciones, transformándolo así en conocimiento declarativo (King y Zeithaml, 2003, citado por Pastrana, 2015).

El proceso de creación de conocimiento se basa en un movimiento de doble espiral entre el conocimiento tácito y explícito: socialización, externalización, combinación y la internalización.

Bueno (2002), sostiene que cuando se usa la palabra conocimiento se puede estar haciendo referencia a una de las tres perspectivas siguientes:

- Como el escalón básico que constituye la vida sensitiva, apareciendo el conocimiento sensorial o pre científico de las personas.
- Como la expresión de la conciencia de la propia existencia, explicando la visión y la misión de las personas.
- Como el entendimiento y la razón que se encarna en las personas y que va generando el conocimiento científico de carácter explícito en las personas.

Estos enfoques de la facultad de conocer, desarrollan el conocimiento humano, clave en la función del conocimiento en la organización; permiten entender el alcance de la sociedad del conocimiento, comprender cómo dirigir el conocer en la organización, la capacidad para crear, desarrollar los activos intangibles como expresión material del proceso de conocimiento.

Bueno (2002), sostiene, que Marshall en el siglo XIX, propuso las bases del nuevo enfoque basado en el conocimiento como factor de influencia en la sociedad y en la economía, el conocimiento como recurso productivo para la creación de valor o riqueza en la economía y en las organizaciones actuales, en su estructura, en sus procesos de conocimiento, en sus actividades, en los procesos que crean, desarrollan, miden y gestionan los activos o recursos intangibles basados en el conocimiento.

Bueno (2003) presenta en la Tabla 1, las dimensiones principales con que se puede estudiar el conocimiento en la organización, así como el ascenso cognitivo semántico de la dimensión epistemológica del conocimiento en el campo de la organización (Figura 1).

Tabla 1.

Dimensiones conceptuales y categorías del Conocimiento Organizativo

Dimensiones	Categorías
Epistemológica	Explícito: objetivo y formulado Tácito: - Técnico-experto: experimental - Cognitivo: subjetivo
Ontológica	Individual: poseído por la persona Social: poseído por los grupos y por la organización
Sistémica	Dato: input Información: proceso Conocimiento: output
Estratégica	Visión: básicamente tácito cognitivo Recurso: básicamente explícito Capacidad: básicamente tácito técnico-experto

Fuente: Bueno, Salmador y Merino (2008)

Asimismo, en la Figura 2, Bueno (2003), resalta el verdadero alcance del enfoque basado en el conocimiento, del conocimiento como capacidad, en su dimensión epistemológica, ontológica y sistémica, el conocer a través de la experiencia y del propio aprendizaje en la organización.

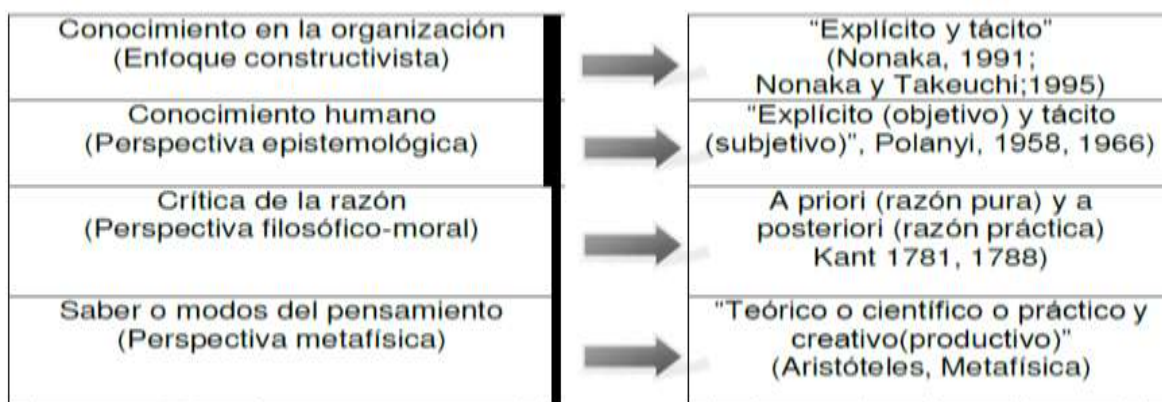


Figura 1. Ascenso cognitivo semántico de la dimensión epistemológica del conocimiento.

Fuente. Bueno (2003)

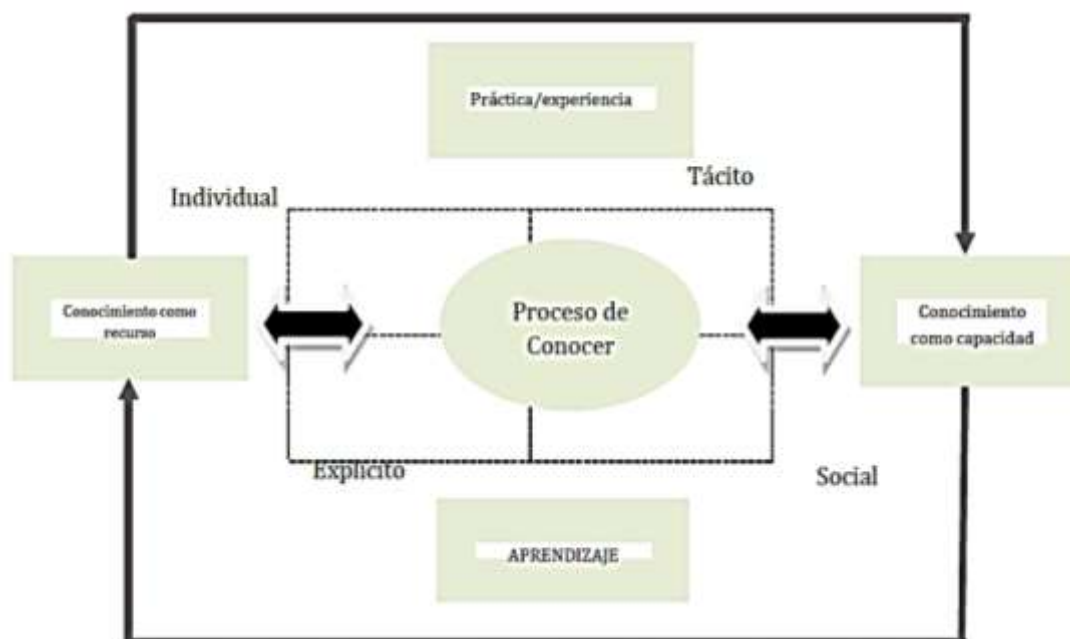


Figura 2. Dimensión estratégica del conocimiento en la organización
Fuente. Bueno (2003).

Teniendo como referencia en la presente investigación el trabajo por Bueno (2003), sobre los fundamentos epistemológicos de dirección del conocimiento organizativo, es importante centrarse en lo que la organización puede dirigir, es decir, el conjunto de intangibles propios de las personas, grupos y organización, que deben identificarse, gestionarse, desarrollarse en el contexto del conocimiento, los mismos que se resumen en el concepto de capital intelectual, a quien con la ayuda de métodos adecuados, llegaremos a calcular y conocer su aporte a las organizaciones.

2.3. Marco doctrinal o teórico

2.3.1. Teoría de recursos y capacidades

La literatura especializada, muestra diversas teorías que son utilizadas en la identificación, medición, gestión y divulgación del capital intelectual, así tenemos: La “teoría de recursos y capacidades”, la “teoría de la empresa basada en el capital intelectual”, la “teoría basada en el conocimiento”, la “teoría de las capacidades dinámicas”, la “teoría stakeholder” y la “teoría de la agencia” (Ochoa, Prieto y Santidrán, 2012).

Las Tablas 2 y 3, que se presentan a continuación, contienen una recopilación de las distintas definiciones de recursos y capacidades que han hecho diferentes autores.

Tabla 2.

Conceptos de Recurso

AUTOR	CONCEPTO
Porter, 1981	Fortalezas que la empresa puede usar para concebir e implantar sus estrategias.
Daft, 1983; Barney, 1986	Incluyen todos los activos, capacidades, procesos organizativos, atributos de la empresa, información, conocimiento, etc. que son controlados por la misma y que la hacen capaz de concebir e implantar estrategias que mejoran su eficiencia y eficacia.
Wernerfelt, 1984	Todo aquello que pueda representar una fortaleza o una debilidad de una empresa determinada.
Aaker, 1989	Algo que la empresa posee, como por ejemplo una marca o la distribución al por menor superior a la de la competencia.
Grant, 1991	Inputs del proceso de producción, son unidades básicas de análisis.
Penrose, 1959; Barney, 1991	Conjunto de elementos disponibles para desarrollar una determinada estrategia competitiva.
Amit y Shoemaker, 1993	Inventarios de factores disponibles que son poseídos y controlados por la empresa.
Black y Boal, 1994	Están conformados por un conjunto de elementos o factores que son poseídos y/o controlados por la empresa.
Fernández y Suárez, 1996	Factor de producción que esté a disposición de la empresa, es decir que ésta pueda controlar de una forma estable, aún cuando no posea unos claros derechos de propiedad sobre él.
Teece et al. 1997	Activos específicos de la empresa que son difíciles, si no imposibles de imitar.
Navas López y Guerras Martín, 2002	Conjunto de elementos, factores, activos, habilidades, atributos, que la empresa posee o controla y que le permiten formular y poner en marcha una estrategia competitiva.

Fuente: En base a Alama (2008).

Tabla 3.*Conceptos de Capacidad*

AUTOR	CONCEPTO
Hofer y Schendel, 1978	Competencias son recursos y habilidades particulares que ayudarán a la empresa a conseguir sus metas y objetivos.
Nelson y Winter, 1982	Rutinas Organizativas, son modelos regulares y predecibles de actividad compuestos de una secuencia de acciones coordinadas por los individuos.
Aaker, 1989	Habilidad es algo que tu empresa hace mejor que los competidores como por ejemplo la publicidad o una producción eficiente.
Reed y DeFillippi, 1990	Es el modo en que la empresa combina sus habilidades y recursos para convertirlos en ventaja. Competencias son habilidades y recursos particulares que posee una empresa y el modo superior en el que son utilizados.
Prahalad y Hamel, 1990	Competencias Esenciales son las que surgen del aprendizaje colectivo de la organización, especialmente las relativas al modo de coordinar las diversas técnicas de producción e integrar las múltiples corrientes de tecnologías.
Grant, 1991	Es un equipo de recursos que permiten realizar alguna tarea o actividad.
Leonard-Barton, 1992	Capacidad esencial es el grupo de conocimientos que distinguen y dan ventaja competitiva.
Amit y Shoemaker, 1993	Es la capacidad de la empresa para utilizar los recursos, usualmente en combinación, utilizando procesos organizativos para conseguir el fin deseado.
López Sintas, 1996	Competencias son habilidades organizativas o rutinas organizativas en la terminología de Nelson y Winter.
Grant, 1996	Capacidad Organizativa es la habilidad de una empresa para llevar a cabo una actividad concreta.
Teece, Pisano y Shuen, 1997	Rutinas Organizativas son activos específicos de la empresa integrados en clusters conformados por individuos y grupos que hacen posible el desempeño de actividades distintivas.
Morcillo Ortega, 1997	Habilidades y destrezas difíciles de imitar por los competidores.
Makadok, 2001	Es un tipo especial de recurso –un recurso incrustado en la organización, no transferible y específico- cuyo propósito es mejorar la productividad de otros recursos poseídos por la empresa.
García, Martín y Navas, 2001	Es la combinación convenientemente coordinada de recursos y/o capacidades cuya aplicación dará origen a la realización de ciertas tareas o actividades.

Fuente: En base a Alama (2008).

La heterogeneidad y la movilidad imperfecta explican las diferencias de rentabilidad entre las empresas, incluso entre las que pertenecen a la misma industria (Barney, 1991; Peteraf, 1993; Ventura, 1996). Esto, conforme a la teoría de recursos y capacidades que fundamenta las diferencias existentes entre las organizaciones, de acuerdo a los recursos y capacidades que poseen en un momento determinado, así como, por las distintas características de la misma (heterogeneidad). Además, dichos recursos y capacidades no están disponibles para todas las empresas en las mismas condiciones (movilidad imperfecta).

Según esta teoría, el desarrollo de capacidades distintivas es la única forma de conseguir ventajas competitivas sostenibles. (Carrión, 2004)

De otro lado, Barney (1997), afirma que, si los recursos y capacidades que posee una empresa le permiten explotar las oportunidades y neutralizar las amenazas, ellos son escasos, están en un reducido número de empresas competidoras; además, son difíciles de imitar y de conseguirlos en el mercado, por lo que pueden favorecer a la empresa al constituirse en orígenes potenciales de ventaja competitiva.

La teoría de recursos y capacidades distingue entre recursos de carácter tangible e intangible, de acuerdo a su naturaleza; así tenemos, los primeros tienen una base física y los segundos conjuntamente con las capacidades se basan en la información y el conocimiento, lo que hace que sean ilimitados en su capacidad de utilización (Navas y Guerras, 1998).

Esta teoría también afirma que, el valor de la empresa está relacionado más con aspectos intangibles que con los tangibles sobre los que tradicionalmente se hacía la valoración (Jiménez, 1999). Dentro de los intangibles, el capital intelectual desempeña un rol cada vez más importante; por lo que, la gestión del conocimiento y la medición del capital intelectual se consideran dentro de la Teoría de Recursos y Capacidades, Carrión (2004).

Según Ochoa et al. (2012), cada empresa posee diferente asignación de recursos, sobre los que puede mantener una ventaja competitiva y en la medida en que ésta se mantenga, le proporcionará una renta a largo plazo.

Peritos de esta teoría exponen que los activos intangibles tienen capacidad de producir y dirigir la ventaja competitiva (Conner y Prahalad, 1996; Quinn, 1992). Tales argumentos se basan en que las empresas competidoras encuentran más dificultad en imitar activos intangibles que activos físicos o tangibles. (Ochoa et al. 2012).

La teoría de recursos y capacidades destaca la importancia de los recursos intangibles, explicando que pueden constituir el origen de la ventaja competitiva perdurable en el tiempo. Para ello, estos recursos deben ser valiosos, escasos, difíciles de imitar e insustituibles (Barney, 1991).

Para García, Arregui, Rodríguez y Vallejo (2010), la teoría de recursos y capacidades ha evolucionado en los últimos años y tenemos actualmente a las siguientes: La teoría basada en el conocimiento y la teoría basada en el capital intelectual.

El capital intelectual asume a ambos conceptos (recursos y capacidades del conocimiento), quedando conformado por el conjunto de activos intangibles que poseen las empresas, como son: la capacidad de gestión de sus directivos; las capacidades, experiencias, habilidades y destrezas de su personal; la importancia de sus procesos internos, sistemas de información y tecnológicos; estructuras organizativas; cultura organizacional; la buena imagen de la firma, etc.; recursos y capacidades del conocimiento de los que necesitamos conocer su valor.

Como vemos, la teoría de recursos y capacidades propone que son la dotación de recursos y capacidades, así como la disponibilidad de condiciones, los factores más importantes que influyen en la obtención de rentas superiores en las organizaciones; por tanto, en el presente trabajo, va a contribuir para comprender y explicar el resultado a que arribemos con la medición del valor monetario del capital intelectual en la pequeña empresa Distribuidora y Comercializadora “Gran San Luis” E.I.R.L. Si el resultado es positivo, es decir, alcanza la rentabilidad superior, por tanto, la ventaja competitiva, éste resultado, indicaría, que la empresa tiene mejor dotación de recursos, capacidades y mejores condiciones de disponibilidad, frente al rival. Contrariamente, si el resultado es negativo, la empresa no conoce el capital intelectual o no ha desarrollado suficiente y adecuadamente sus elementos intangibles.

2.3.2. Teoría del conocimiento

Toffler (1981), explica que la época actual, está reconocida como la Tercera Ola, que es la era del conocimiento, donde sobren el dominio de la inteligencia humana y la información constituyendo el principal recurso económico. Para las empresas que saben adquirirlo, mantenerlo y utilizarlo de forma eficiente y eficaz, el conocimiento significa una importante diferencia competitiva. Ese conocimiento se resume en el capital intelectual que, a su vez, es muy importante como el capital económico.

El conocimiento, según Padoveze (2000) proviene del ser humano y es acumulado y administrado por la sociedad para satisfacción de sus necesidades. Las organizaciones empresariales y las instituciones reúnen y operan diversas especialidades de conocimiento, consiguiendo mayor eficiencia y eficacia en la gestión del conocimiento.

El conocimiento, es la única fuente perdurable de ventaja competitiva, ya que todo es muy cambiante, las condiciones actuales en las que se desenvuelven las empresas, debido al avance tecnológico, a la competencia global, a la multiplicidad de nuevos productos que convierten en obsoletos a los últimos que surgieron. (Nonaka, 1991).

Revilla Gutiérrez (1995) fundamenta, que el conocimiento surge y acumula en las personas, por eso constituyen el principal activo de la empresa, que es donde se reúne el máximo esfuerzo para hacer que la organización desarrolle exitosamente todas sus actividades. Las empresas que produzcan permanentemente nuevos conocimientos, lo compartan por toda la organización y lo incluyan en nuevas tecnologías y productos, serán aquellas que se desenvuelvan con éxito.

La Teoría basada en el Conocimiento considera a la empresa una comunidad social, representante de un cúmulo de conocimientos, experta en la creación, en la transmisión interna y en la aplicación del conocimiento. Además, se considera una teoría emergente de la organización y ventaja competitiva, la cual se fundamenta en el rol de las empresas en crear, proveer y aplicar el conocimiento (Amit y Shoemaker, 1993; Grant, 1991, 1996; Kogut y Zander, 1992).

El conocimiento es un intangible que se genera y acumula en el capital humano, estructural y relacional, es decir en el capital intelectual de las empresas. (Ochoa et al. 2012)

Hay coincidencia, en la mayoría de los investigadores, en que la ventaja competitiva proviene de la creación, adquisición, conservación y difusión del conocimiento (Martínez, 2011). Es importante Valorarlo y sistematizarlo buscando se transforme en factor de diferenciación y ventaja competitiva (Martínez, 2011).

Relacionando con la teoría de recursos y capacidades, podemos calificar al conocimiento como un recurso y al mismo tiempo como una capacidad.

Como recurso, porque facilita la realización de las operaciones cotidianas de la empresa. Es un recurso de la inteligencia (individual u organizativo) y Puede ser un recurso escaso y valioso estratégicamente para la organización (Grant, 1998). Es un recurso heterogéneo, porque las organizaciones, igualmente son diferentes en cuanto al conocimiento que usan en la producción de sus bienes y servicios; por tanto, es sustancial para alcanzar y sostener la ventaja competitiva. De otro lado; el conocimiento crea sinergias (puede ampliarse con un bajo coste, a otros bienes o mercados sin aminorar su valor), no se deprecia con el uso, por su naturaleza tácita y compleja es difícil de ser copiado (Fernández, Montes y Vásquez, 1998).

Como capacidad, el conocimiento da a conocer sobre la naturaleza y estructura de las capacidades organizativas. Se puede observar como un número elevado de individuos combinan su conocimiento para crear una capacidad organizativa (Lloria, 2000).

Los fundamentos anteriores se pueden observar cuando las organizaciones miden el valor de sus intangibles y lo hacen con referencia a los conocimientos que se producen en el recurso humano, en la planificación de procesos y métodos, en la relación con los agentes externos, etc.; por tanto, en el presente trabajo, a partir de los resultados a que arribemos mediante la medición del valor monetario del capital intelectual en la pequeña empresa, Distribuidora y Comercializadora “Gran San Luis” E.I.R.L., podremos conocer el valor de la capacidad que tiene la empresa para generar conocimientos a partir de los recursos intangibles que posee.

2.3.3. Teoría del capital intelectual

Para Edvinsson y Malone (1999), el capital intelectual puede ser considerado como una nueva teoría.

Según Foss y Knudsen (2003), Priem y Butler (2001), y Reed, Lubatkin y Srinivasan (2006), la teoría del capital intelectual, trata exclusivamente con el conocimiento que se origina y acumula en los tres componentes de capital de la empresa: en su gente (capital humano), relaciones sociales (capital social), y sistemas y procesos (capital organizacional) (Ochoa et al. 2012). Es decir, considera a tres recursos que son teóricamente vinculados a la ventaja competitiva de la organización.

El capital intelectual es el intangible del intelecto y debería poderse medir, evaluar y cuantificar, ya que está más relacionado con el valor en comparación a otros elementos. Se caracteriza por ser la principal fuente creadora de valor y de la ventaja competitiva, ya que, a diferencia de los activos tangibles, es difícil de imitar por la competencia. (Jiménez,1999).

2.4. Marco conceptual

2.4.1. Conceptos del capital intelectual

Iniciamos, indicando que existen distintos conceptos sobre este tema, siendo muy conocido el aportado por dos de los pioneros en esta materia, Edvinsson y Malone (1999), quienes explican el concepto de capital intelectual a través de la siguiente metáfora: “(...) una corporación es como un árbol. Hay una parte que es visible, las hojas, ramas y frutos, y otra que está oculta, las raíces. Si solamente nos preocupamos por recoger las frutas y tener las ramas y hojas en buen estado, olvidando las raíces, el árbol puede morir. Para que el árbol crezca y continúe dando frutos, las raíces deben estar sanas y nutridas. Esto también es válido para las empresas: si sólo nos preocupamos de los resultados financieros e ignoramos los valores ocultos, la empresa no sobrevivirá en el largo plazo”. (Edvinsson y Malone, 1999, p. 26)

Se puede observar en la Tabla 4, varios de los conceptos de capital intelectual, aportados por diferentes autores, así tenemos:

Tabla 4.*Definiciones de capital intelectual*

AUTOR	DEFINICIÓN
List (1841)	El resultado de la acumulación de los descubrimientos, invenciones, mejoras, perfeccionamientos y esfuerzos de todas las generaciones que nos han precedido (Capital intelectual de la raza humana).
Kendrick (1961)	El resultado de las inversiones en el descubrimiento y difusión del conocimiento productivo.
Stewart (1994)	El capital intelectual es el material intelectual, conocimiento, información, propiedad intelectual y experiencia que son utilizados para crear riquezas. Asegura quien lo encuentra y lo explota triunfa.
Bontis (1996)	La relación de causalidad entre el capital humano, relacional y organizativo.
Bradley (1997)	El capital intelectual es la capacidad para transformar el conocimiento y los activos intangibles en recursos que crean riqueza, tanto en las empresas como en los países.
Brooking (1997)	Con el término capital intelectual se hace referencia a la combinación de activos inmateriales que hacen funcionar a la empresa.
Stewart (1998)	El capital intelectual es todo aquello que no se puede tocar pero que puede hacer obtener beneficio a la empresa.
Edvinsson y Malone (1999)	La posesión de conocimiento, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con clientes y destrezas profesionales que dan a la empresa una ventaja competitiva en el mercado.
Sveiby (2000)	El valor del capital intelectual viene dado por la diferencia entre el valor de mercado de la empresa y el valor contable de la misma.
Malhotra (2000)	El capital intelectual representa al colectivo de los activos intangibles que pueden ser identificados y medidos.
Roos Bainbridge , & Jacobsen (2001)	Es la suma del conocimiento de sus miembros y de la interpretación práctica de dicho conocimiento.
Lev (2001)	Representa la relaciones principales, generadoras de activos intangibles, entre innovación, prácticas organizativas y recursos humanos.

Nevado y López (2002)	El conjunto de activos de una empresa que, aunque no estén reflejados en los estados contables tradicionales, generan o generarán valor para la misma en un futuro, como consecuencia de aspectos relacionados con el capital humano y con otros estructurales, como la capacidad de innovación, las relaciones con los clientes, la calidad de los procesos, productos y servicios, capital cultural y comunicacional, que permiten a una empresa aprovechar mejor las oportunidades que otras, dando lugar a la generación de beneficios futuros.
Bueno (2002)	Representa la perspectiva estratégica de la “cuenta y razón” de los intangibles de la organización.
Lev (2003)	Los activos intangibles son aquellos que tienen la capacidad de generar valor para la empresa en el futuro, aunque no tienen un cuerpo físico o financiero.
Munch (2005)	El valor de habilidades, capacidades, experiencias y conocimiento de las personas que integran una organización.
López y Nevado (2006)	El capital intelectual es “un conjunto de activos de la empresa que no están en los estados contables tradicionales y que generan valor.
Kristandl y Bontis (2007)	Recursos estratégicos organizativos que permiten a la misma crear valor sostenible, pero que no están disponibles a un gran número de empresa (escasez). Generan beneficios potenciales futuros que no pueden ser tomados por otros (apropiabilidad) y que no son imitables por los competidores o sustituibles por otros recursos. No son transferibles debido a su carácter organizativo.
Bernárdez (2008)	Al conjunto de conocimientos científicos, tecnológicos, artísticos y comerciales aplicados para la generación de riqueza social del que dispone el individuo, organización o comunidad.
Brum, Laurino y Sorensen (2010)	El capital intelectual abarca las relaciones con los clientes, la propiedad intelectual, el conocimiento y la experiencia, la gestión de base de datos y tecnología, así como la gestión del capital humano y la cultura organizacional. Que al combinar adecuadamente estos elementos genera una diferencia con sus competidores y una ventaja competitiva entonces genera valor a la organización.

Alarcón et al. (2012)	Definen al capital intelectual como un recurso intangible que crea valor tanto cuantitativo y cualitativo a una organización, gracias a que cada persona realiza su trabajo con eficiencia y eficacia que logra satisfacer las necesidades de los clientes internos y externos y esto es traducido en efectividad.
Bueno (2013)	Como la acumulación de conocimiento que crea valor o riqueza cognitiva poseída por una organización, compuesta por un conjunto de activos intangibles que unida al capital tangible y puestas en acción mediante una determinada estrategia van a generar valor o competencias esenciales en el mercado.
Borras y Ruso (2015)	Lo define como la combinación holística de activos intangibles basados en el conocimiento, creado por el recurso humano y aplicado a las estructuras, procesos, relaciones e influencia social de la organización, con capacidad para desarrollar ventajas competitivas sostenibles y generar valor.
Mena, Vásconez y Carguaytongo (2017)	El capital intelectual hace referencia a los activos o recursos inmateriales con que cuentan las organizaciones que a su vez generan valor a la misma y aumentan sus ventajas competitivas.
King (Sf.)	El capital intelectual se reconoce como el activo más importante que poseen muchas de las empresas más grandes y poderosas del mundo; para dichas empresas, el capital intelectual es la clave de su dominio del mercado y de su rentabilidad continua. A menudo es el objetivo preponderante en las fusiones y adquisiciones y, cada vez más, las empresas informadas se están valiendo de licencias para transferir estos activos a jurisdicciones en que los impuestos son bajos.

Elaboración propia a partir de Sánchez, Melián y Hormiga (2007), Bueno et al. (2008), Zapata (2017) y Mena et al. (2017).

Como vemos, hay diversas definiciones sobre capital intelectual.

En ellas se nota su relación con los enfoques propuestos en los modelos de medición de capital intelectual.

Muchos autores definen el capital intelectual como conocimiento, capacidades, actitudes, activos intangibles, relaciones, propiedad intelectual, experiencias,

material intelectual, perspectiva estratégica, etc. resaltando su importancia en cuanto su capacidad para crear valor y la ventaja competitiva.

Usan diferentes términos para referirse al elemento humano, estructural y relacional. Relacionan al intangible con el término acumulación, que es propio de la naturaleza económica del capital.

Refieren que está oculto e invisible porque no es presentado en los estados contables.

Considerando a todos los elementos y definiciones anteriores, se puede decir que el capital intelectual está conformado por el conjunto de activos inmateriales o recursos y capacidades basados en conocimiento, que interactuando entre sí y con los recursos físicos y financieros se transforman en riqueza y competitividad sostenible. Además, representa el valor de estos intangibles en un determinado momento de tiempo.

2.4.2. Importancia del capital intelectual

Mangialardo (2017) indica, que el capital intelectual es importante en una empresa debido a lo siguiente:

- Mientras los bienes físicos, empiezan a disminuir su valor desde que son adquiridos, los bienes intangibles adquieren más valor (se revalorizan). Ejemplo las marcas.
- Facilita la venta rápida de los productos o servicios brindados.
- Propicia la innovación, gracias al flujo de ideas entre los empleados.
- Mejora el desempeño general de la empresa.
- Contribuye a que los productos y servicios ofrecidos sean de alta calidad con costos bajos con cortos plazos en tiempos de espera.
- Anima a los trabajadores a la mejora continua en sus aptitudes de procesos, calidad y tiempos de respuesta.

- Conserva la lealtad de los clientes, mejorando el servicio y destacando las relaciones e incursionando en mercados nuevos.
- Mejora la permanencia de los empleados, en forma voluntaria, ya que tienen oportunidades de trabajo en otras empresas y han decidido mantenerse en una en particular, por la obligación emocional que tienen con la organización.

El Capital Intelectual, es por tanto, el resultado de mezclar el producto de la investigación y desarrollo con los recursos adicionales que dan lugar a la producción de valor. A pesar de esto, no son muchas las empresas que, de forma ordenada, analizan, gestionan, miden e informan sobre su Capital Intelectual. (Mangialardo, 2017).

2.4.3. Evolución del capital intelectual

Durante 60.000 años nuestros antepasados, los hombres de Cromañón, vivieron al mismo tiempo que los de Neanderthal. Después, hace unos 30.000 años, éstos últimos desaparecieron. ¿Por qué sobrevivió una especie y la otra pereció? Ambas se servían de herramientas y del lenguaje, pero los de Cromañón tenían un calendario lunar y correlacionaron el transcurso de los días con los hábitos migratorios del bisonte, el alce y el ciervo rojo. Deseosos de comer carne, el hombre de Cromañón aprendió que le bastaba ponerse al acecho ciertos días, jabalina en mano, en el paso de un río; mientras que el de Neanderthal parece haber dispersado imprudentemente sus hombres y sus recursos en busca de encuentros ocasionales. Asignó mal sus recursos y pereció. La diferencia estaba en el capital intelectual que poseían los hombres de Cromañón (Fainstein, 2005, citado por Sosa, 2013).

El capital intelectual, ha existido como productor de riqueza desde la aparición del hombre, pero no se percibía como concepto, ni se reconocía como integrante del capital. Se medían los resultados (el arco, las carabelas, las maquinas, las finanzas, etc.) y se dejaba de lado el “origen” creador de esos resultados, personas o grupos que eran los visionarios y creativos (Sosa, 2013).

El desarrollo del capital intelectual va de la mano con el desarrollo del conocimiento, de allí que éste último estaría conformando los activos intangibles que muchos estudiosos tratan de cuantificar para medir el capital intelectual (Sosa, 2013, p.32).

Según Bontis (2002), Machlup en su obra *the production and distribution of knowledge in the Unites States*, fue el primero en presentar el termino capital intelectual y lo hizo para resaltar la importancia que tiene el conocimiento general en la evolución y crecimiento de los países. De otro lado, Bontis (1999) indica que, Galbraith incluye en 1969 el término Capital Intelectual, considerándolo como el conjunto de activos intangibles de la empresa, de naturaleza social, relacional y estructural (Aguilar, García y Del Villar, 2016).

En 1980 surgen las primeras ideas sobre el valor intangible de las empresas, efectuándose los primeros intentos de medición (Sveiby, 1988). En 1990 Skandia AFS, es la primera empresa que mide el Capital Intelectual y lo incluye en sus estados financieros (Edvinson y Malone, 1997).

El termino de capital intelectual ha ido cambiando, desde que empezó a resurgir con fuerza a principios de la pasada década de los noventa en Estado Unidos y Suecia.

Varios autores hacen una revisión de los acontecimientos más relevantes sobre la evolución del capital intelectual, hasta principios del siglo XXI. Estos acontecimientos se resumen en la siguiente Tabla 5.

Tabla 5.

Evolución del capital intelectual

Periodo	Progreso
A principios de los 1980	Nociones generales del valor intangible.
A mitad de 1980	La edad de “la información” toma la iniciativa y el espacio entre el valor contable y el mercado se amplía notablemente para muchas compañías.
A finales de 1980	Primeros intentos realizados por especialistas para construir las bases para medir el capital intelectual (Sveiby, 1988).
A principios de 1990	Iniciativas sistemáticas para medir e informar del Capital Intelectual al exterior, siendo la primera la compañía Skandia con el director Edvinsson en 1990. Posteriormente Kaplan y Norton introducen el concepto de Cuadro de Mando Integral (1992). El Cuadro de

	Mando evolucionado alrededor de la premisa de “lo que usted mide es lo que usted obtiene”.
A mitad de 1990	Nonaka y Takeuchi (1995) presentan su trabajo sumamente influyente en “La compañía creadora de conocimiento”. Aunque el libro concentrado en el conocimiento, la distinción entre el conocimiento y el capital intelectual es suficientemente fina como para hacer que sea un libro relevante en los focos puros del capital intelectual. La herramienta de simulación, Tango, creada por Celemi, se lanza en 1994. Tango es el primer producto extensamente habilitado para la educación ejecutiva en la importancia de los intangibles. También en 1994, un suplemento del informe anual de Skandia se realiza enfocado a la presentación de una evaluación de los stocks de la compañía en capital intelectual. “Visualizando el capital intelectual” genera el interés de otras compañías que procuraran seguir el ejemplo de Skandia (Edvinsson, 1997). Celemi en 1995, usa una “revisión del conocimiento” para ofrecer una evaluación detallada del estado del capital intelectual.
A finales de 1990	El capital intelectual llega a ser un tema popular, con investigadores y conferencias académicas, artículos de trabajo, y otras publicaciones encuentran una audiencia notable. Un número creciente de proyectos a gran escala (p.e. el proyecto de MERITUM; Danés; Stockholm) comienzan, con el objetivo de introducir mayor rigor académico en la investigación del capital intelectual, a estandarizar conceptos y clasificaciones. En 1999, se convoca un simposio internacional en Ámsterdam sobre capital intelectual. En 1999, Harvey y Lusch introducen los pasivos intangibles en el capital intelectual.
A principios del 2000	Caddy (2000) define el capital intelectual como diferencia entre activos y pasivos intangibles. Kaplan y Norton (2004) en su libro “Strategic Maps” proporcionan una visión macro de la estrategia de una organización. Andriessen (2004) realiza un estado del arte de los distintos modelos de Capital intelectual. Distintos autores (Konar et al. 2001; Porto 2003; Viedma, 2003; García-Ayuso et al.; 2004) plantean la existencia de los pasivos intangibles en distintos ámbitos de estudio. Arend (2004) estudia los pasivos estratégicos en las empresas.
A finales del 2000	La era de la información coge definitivamente más fuerza y el Capital Intelectual es investigado y medido no solo en empresas de los países nórdicos, ni en Europa

	fundamentalmente; sino también en Cuba, en la rama hotelera específicamente.
A partir del 2001 al 2009	<p>Kaplan y Norton (2004) en su libro “Strategic Maps” proporcionan una visión macro de la estrategia de una organización.</p> <p>Adriessen (2004) realiza un estado del arte de los distintos modelos de Capital intelectual.</p> <p>Distintos autores (Konar et al. 2001; Porto 2003; Viedma 2003; García – Ayuso et al, 2004) plantean la existencia de los pasivos intangibles en distintos ámbitos de estudio.</p> <p>Arend (2004) estudia los pasivos estratégicos en las empresas.</p> <p>Aumentan las publicaciones de artículos sobre el Capital Intelectual, marcando una trayectoria creciente y continua. Además se profundizó en la identificación y medición del Capital Intelectual, vinculando este concepto con el fenómeno de la Innovación (Subramanian y Youndt, 2005) y la ventaja competitiva (Cabrita y Bontis, 2008).</p>

Fuente: García et al. (2006), Rivero y Gutiérrez (2008), Petty y Guthrie (2000), Ley (2017) y elaboración propia.

2.4.4. Clases de capital intelectual

Son varios los aportes teóricos y prácticos que han dado diferentes autores, en relación a las clases de los elementos que conforman el capital intelectual. Sin embargo, mayormente son reunidos en tres clases o dimensiones: Capital humano, capital estructural y capital relacional (Bontis, 2002; Petty y Guthrie, 2000; Ordóñez de Pablos, 2003).

Bontis, Know y Richardson (2000) también consideran al capital intelectual en tres dimensiones: capital humano, estructural, y relacional. Dentro del modelo de tres dimensiones o clases propuestos por Bontis et al. (2000), cada una de ellas se ha fraccionado en diferentes subdimensiones. Así, dentro del capital humano, tenemos como subdimensión a la capacidad de los empleados o su satisfacción (Kaplan & Norton, 1996). En el capital estructural se ha considerado la cultura y los procesos organizativos (Saint-Onge, 1996), los sistemas de información (Stewart, 1997) y la

propiedad intelectual (Brooking, 1998). En el relacional, la subdimensión de clientes, proveedores o los socios (Knight, 1999).

2.4.4.1. Capital humano

Walter (como se citó en Ley, 2017) explica: El capital humano es el conjunto de capacidades, de habilidades y de conocimientos que un negocio necesita para tener éxito en la nueva economía del conocimiento y la tecnología. Es el conocimiento acumulado y las habilidades adquiridas para llevar a cabo actividades económicas. Lo componen elementos tales como la experiencia en el trabajo, la incitación, la educación y la salud.

Del mismo modo, Edvinsson y Malone (1999), indican que el capital humano es el conjunto de capacidades individuales, de conocimientos, de destrezas y de la experiencia de los empleados y directivos de la empresa.

El capital humano ha sido definido como productor de valor y origen potencial de innovación para la organización, es decir, es de donde surgen las ideas de la compañía (Viedma Martí, 2001). Es decir, resulta ser fuente de innovación y de renovación estratégica (Bontis, 1998). Se pueden observar tres clases de capital humano: Las competencias, las actitudes y la agilidad mental.

(a) las competencias, se dan en forma de conocimientos, capacidades, talento y know-how; (b) las actitudes, que tienen que ver con la conducta, motivación, actuación y ética de las personas; y (c) la agilidad intelectual que produce beneficios para el negocio en la medida en que se aplican los conocimientos para innovar productos y servicios y cambiar prácticas (Roos et al., 2001).

Sveiby (2000) en su modelo de activos intangibles, identifica al capital humano como competencias de los trabajadores, explicándolo como la capacidad que poseen dentro de la organización para actuar en diversas circunstancias y generar activos materiales e inmateriales.

Por su parte Brooking (1997b), considera al capital humano como activos centrados en el individuo que incorporan, entre otros activos, a la pericia

colectiva, a la capacidad creativa, a la habilidad para resolver problemas y al liderazgo. Edvinsson y Malone (1999), Nevado y López (2002), por su parte, consideran que el capital humano, está formado por todas las capacidades individuales, los conocimientos, las destrezas y la experiencia de los trabajadores y directivos de la entidad.

Según Sagástegui (2014), el capital humano es una fuente de renovación estratégica. Según Euroforum (1998), el componente humano está conformado por el conocimiento, los valores, la creatividad, destrezas, potencial de innovación, talento, experiencias y competencias del individuo dentro de la organización. Su característica más importante es que dicho capital no puede ser comprado por las empresas, sólo puede ser contratado por un determinado tiempo y utilizado en la misma.

Edvinsson y Malone (1997) aclaran que el capital humano no es propiedad de la empresa; sin embargo, el resultado de todo su accionar se convierte en un activo intangible que sí es propiedad de la empresa. La inteligencia humana y los recursos intelectuales son los recursos más valiosos de cualquier compañía.

El Capital Humano es superioridad, es una ventaja competitiva porque es diferenciador, raro y difícil de imitar (Ugalde, 2011), es de donde surgen las ideas de la organización (Viedma, 2001).

Considerando los aportes expuestos, podemos decir, que el capital humano se refiere a los recursos intangibles, presentes en el personal de la organización, como son: Conocimientos, habilidades, capacidades, valores, actitudes, experiencias, etc, que poseen gran capacidad de generar valor y ventaja competitiva sostenible.

2.4.4.2. Capital estructural

Prieto y Santidrian (2016), considera al capital estructural como el cimiento que une, forma y sostiene al capital humano, estimulando a los empleados a producir y compartir sus conocimientos.

Es decir que, el capital estructural abarca los instrumentos de la organización que pueden servir de base a los trabajadores para perfeccionar su rendimiento intelectual y, por ende, el rendimiento organizacional. (Prieto y Santidrian,2016).

Lo fundamental del capital estructural, es el conocimiento plasmado en las prácticas rutinarias de la organización. Se diferencia del capital humano, en el que, el estructural, sí puede pertenecer a la empresa y ser objeto de negociación. Se incluye dentro del capital estructural las bases de datos, manuales de procedimientos, estrategias, prácticas. Es decir, en diversas formas en las que el conocimiento pueda estar unido al interno de la organización, distinto del que radica en los trabajadores. (Prieto y Santidrian, 2016).

Dentro del capital estructural podríamos distinguir, por un lado, elementos internos operativos, como la infraestructura, procesos y cultura empresarial y, por otro lado, elementos que referirían a la capacidad de renovación de la empresa y a los resultados de la innovación en forma de derechos comerciales protegidos, propiedad intelectual, etc. (Prieto y Santidrian, 2016).

Podemos decir que el capital estructural, es el conformado por recursos intangibles que radican en la propia organización, como son la infraestructura, los sistemas de información y comunicación, procesos, procedimientos, cultura organizacional, entre otros, que poseen capacidad de generar valor y la ventaja competitiva.

2.4.4.3. Capital relacional

El capital relacional proviene, entre otros *stakeholders*, de los clientes, proveedores, empresas intervinientes en pactos o alianzas y de los socios, con los que se busca, desarrollar relaciones de largo plazo, basadas en el beneficio mutuo, para el intercambio de información y de bienes producidos. (Prieto y Santidrian, 2016).

Ejemplos de capital relacional:

La imagen de empresa, la lealtad y satisfacción de clientes, los pactos con proveedores, el poder comercial y la capacidad de negociación con instituciones financieras y reguladoras, esto es, comprende tanto las relaciones de la empresa con terceros como las percepciones que estos últimos tengan de la misma. (Prieto y Santidrian, 2016).

Podemos decir que, el capital relacional, es aquel que está formado por recursos intangibles vinculados con el entorno de la empresa, como son: clientes, proveedores, socios, comunidad en general, imagen de la firma, la lealtad y satisfacción del cliente, alianzas y contratos, etc. que poseen capacidad de generar valor y la ventaja competitiva.

2.4.5. Métodos de medición del capital intelectual

2.4.5.1. Métodos con enfoque no financiero.

Llamadas también teorías de modelos globales de medición (Arango, Molina y Zapata, 2010); o mediciones de carácter específico (Valencia, 2001).

Bajo el enfoque no financieros, describimos a los modelos de medición de capital intelectual con más difusión y relevancia, así tenemos: Navigator de Skandia, El cuadro de mando integral (Balanced Scorecard), Intelec y Technology Broker.

a) Modelo de Navigator de Skandia

El modelo debe su nombre a la compañía de seguros y servicios financieros Skandia, fundada en Suecia en 1855. En esta compañía los esfuerzos para el desarrollo del capital intelectual se iniciaron en el área de negocios de Seguros y Servicios Financieros, donde se dio mayor importancia al conocimiento y a la búsqueda de formas para medirlo eficientemente. (Edvinsson & Malone, 2003)

La propuesta del esquema de valor del capital intelectual en Skandia se muestra en la Figura 3:

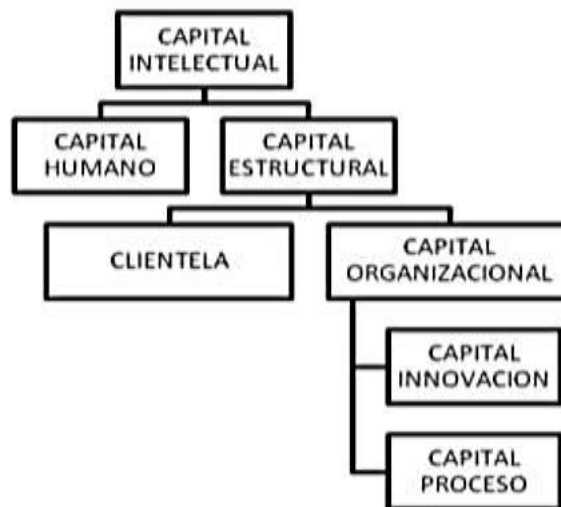


Figura 3. Esquema de Capital Intelectual - Propuesta de Skandia

Fuente: Adaptado de Edvinsson y Malone (2003).

Según este modelo, el capital humano, recoge todas las capacidades individuales, los conocimientos, las destrezas y la experiencia de los empleados y directivos de la empresa. El capital estructural es la base que agrega, forma y apoya al capital humano. Es también la capacidad organizacional que incluye los sistemas físicos usados para transferir y conservar el material intelectual (Arango et al., 2010).

Arango et al., (2010) menciona que, una manera más fácil de visualizar el componente estructura, es dividirlo en dos: El capital clientes y el capital organizacional.

El capital clientes: consiste en las relaciones que tienen las empresas con sus clientes y su lealtad.

El Capital organizacional: Son inversiones de la empresa en sistemas, herramientas y filosofía operativa. Este a su vez, se divide en dos subcategorías: El capital de innovación y el capital proceso.

El capital de innovación: Que es la capacidad de renovación y los resultados obtenidos de innovar, se dan a manera de derechos comerciales protegidos,

como los derechos de propiedad intelectual y otros activos intangibles usados para generar y llevar con ligereza al mercado los nuevos productos y servicios de la compañía.

Capital proceso: Que es el conocimiento práctico que se utiliza en la producción continua de valor (procesos de trabajo, técnicas como la ISO y programas para empleados que tiendan a aumentar y a fortalecer la eficiencia de la producción o la prestación de servicios).

Según el modelo Skandia, cada componente o enfoque, contiene una lista de indicadores que representan el valor cuantitativo del intangible, con los que en conjunto se puede conseguir el valor del capital intelectual, para ello, el modelo propone la siguiente ecuación para medir el capital intelectual:

$$\text{Capital intelectual organizativo} = i * c$$

Donde $i = (n/x)$; $c = i = n = x$

El coeficiente de eficiencia con que la organización está utilizando dicho capital es igual a la suma de los valores decimales de los índices de eficiencia. Una característica importante que se debe considerar para poner en práctica esta ecuación es que todos los componentes contienen tres clases de medidas: las expresadas en cantidades de dinero, los porcentajes y las numéricas.

Edvinsson y Malone (1997) señalan que los datos numéricos (#) son datos en bruto, destinados a ser comparados con otros de su misma especie para producir una razón aritmética (%), o para ser transformados en dinero (\$). Por esta razón, se puede deducir que solamente se tomarán dos clases de medidas para la ecuación: los índices expresados en dinero, que se utilizarán para calcular el valor del capital intelectual (c), y los expresados en porcentaje, para calcular el coeficiente de eficiencia (i).

En la Figura 4 se muestra el diseño del navegador de Skandia junto con los elementos que lo integran:

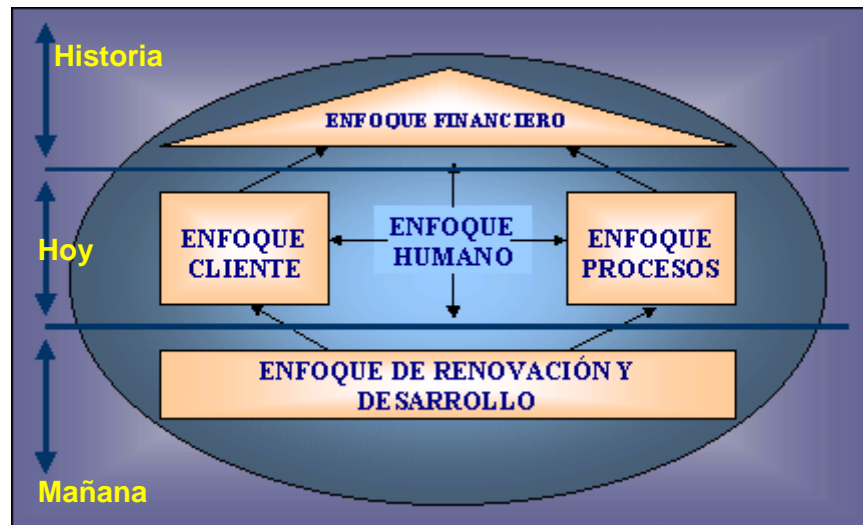


Figura 4. Navegador de Skandia

Fuente: Edvinsson y Malone (2003)

Fortalezas del modelo: establecimiento de directrices de actuación, siendo referencia para muchos modelos. permite la implantación real y gran labor de difusión, sin embargo, para su implementación se requieren sistemas sofisticados de información.

Debilidades del modelo: incapacidad de establecer estrategias, selección de indicadores y utilidad para otras empresas (Nevado et al., 2008)

b) Modelo de cuadro de mando integral (Balanced Scorecard)

Arango et al. (2010) expresa que, el cuadro de mando integral tiene como objetivo principal ayudar a la toma de decisiones empresariales efectivas y oportunas. Para ello el modelo establece el uso adecuado de un conjunto de indicadores que integren todas las áreas del negocio, controlen el desarrollo de los elementos clave de éxito, haciéndolo de forma equilibrada y cuidando a las diversas perspectivas que conforman el modelo. Sin embargo, esta metodología no está diseñada expresamente para valorar activos intangibles.

Prieto y Santidrian (2016) indican que, los objetivos e indicadores del CMI se derivan de la visión y estrategias de la empresa que consideran el desempeño de la empresa en cuatro perspectivas: Financiera, del cliente, del proceso interno y de formación o aprendizaje y crecimiento. Explicando a cada una de ellas de la siguiente manera:

- **Perspectiva Financiera:** Aquí el CMI incluye indicadores financieros que son útiles para concentrar los resultados económicos de hechos realizados. contiene el rendimiento financiero.
- **Perspectiva del cliente:** En ésta perspectiva, los directivos reconocen los segmentos de clientes y de mercados potenciales, así como las percepciones que realmente valoran los clientes. Los indicadores van a reflejar la satisfacción del cliente y la posibilidad de retenerlo, la rentabilidad o la cuota de mercado en los segmentos seleccionados.
- **Perspectiva del proceso interno:** En esta perspectiva del modelo, se busca reconocer los procesos internos en los que la unidad de negocio se esmera para la excelencia. En ésta perspectiva se distinguen los procesos más críticos después de las dos perspectivas anteriores. Aquí se define la cadena de valor completa, donde se contempla:
 - ✓ El proceso de innovación u onda larga de creación de valor (I + D + I), donde se pretende el reconocimiento y cultivo de mercados, clientes, necesidades y preferencias salientes y latentes. Información ésta que es el input para el diseño y desarrollo de nuevos productos que satisfagan las necesidades identificadas.
 - ✓ El proceso operativo u onda corta de creación de valor. Comienza recibándose el pedido y termina con la entrega del producto al cliente. En ésta área se considera información financiera y otras relativas a calidad, tiempo, etc.
 - ✓ Servicio post-venta, donde se incluyen operaciones tales como las de garantías, reparaciones, tratamiento de defectos, devoluciones, etc.

- **Perspectiva de aprendizaje y crecimiento:** Esta perspectiva tiene en cuenta la habilidad de la empresa para mantener la renovación y la innovación, la mejora y el cambio en todo el proceso. La mejora continua a través del aprendizaje por parte de toda la organización es, actualmente, la fuente principal de la ventaja competitiva de una organización empresarial.

c) **Modelo INTELEC**

Este modelo fue creado con esta denominación por el Instituto Universitario Euroforum Escorial en 1998 y la empresa consultora KPMG en 1999 como un modelo que es la suma de tres bloques: el capital humano, el capital estructural y el capital relacional (Nevado & López, 2002).

En la Tabla 6, se muestra un conjunto de indicadores fijados en tres bloques (capital humano, capital estructural y capital relacional) y que deben tenerse en cuenta en el presente y el futuro. Esto es lo que diferencia el modelo del propuesto por Skandia, en el que también se consideran estos tres bloques o grupos.

Fortalezas: El grado de consenso. Inclusión del capital social y del efecto multiplicador. Detalle en la explicación de los elementos intangibles (Nevado & López, 2002).

Debilidades: Falta una cuantificación del valor de los capitales.

Tabla 6.
Elementos del Modelo INTELEC.

CAPITAL HUMANO		
	Activos intangibles	Indicadores
Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción del personal • Tipología del personal • Competencias de las personas • Liderazgo • Estabilidad: riesgo de pérdida 	Para cada elemento del capital humano se determinarán una serie de indicadores que permitirán medir cada uno de los elementos que lo configuran.
Futuro	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora de competencias • Capacidad de innovación de personas y equipos. 	
CAPITAL ESTRUCTURAL		
	Activos intangibles	Indicadores
Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura organizacional. • Filosofía del negocio. • Procesos de reflexión estratégica. • Estructura de la organización. • Tecnología del proceso. • Tecnología del producto. • Procesos de apoyo. • Procesos de reflexión estratégica. • Procesos de captación de conocimiento. • Mecanismos de transmisión y comunicación. • Tecnología de la información. 	Para cada elemento del capital estructural se determinarán una serie de indicadores que permitirán medir cada uno de los elementos que lo configuran.
Futuro	<ul style="list-style-type: none"> • Procesos de innovación 	
CAPITAL RELACIONAL		
	Activos intangibles	Indicadores
Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Bases de clientes relevantes. • Lealtad de cliente. • Intensidad de la relación con clientes. • Satisfacción de clientes. • Procesos de apoyo y servicio al Cliente. • Cercanía al mercado. • Notoriedad de marca. • Reputación/Nombre de la empresa • Alianzas estratégicas • Interrelación con proveedores • Interrelación con otros agentes 	Para cada elemento del capital relacional se determinarán una serie de indicadores que permitirán medir cada uno de los elementos que lo configuran.
Futuro	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de mejora • Recreación de la base de clientes 	

Fuente: Nevado y López (2002).

d) Modelo Technology Broker

Según Brookings (1997), el capital intelectual de una empresa puede dividirse en cuatro categorías: (1) activos de mercado (potencial derivado de los bienes inmateriales que guardan relación con el mercado), (2) activos de propiedad intelectual (*Know-how*, secretos de fabricación, derechos de autor, patentes, derechos de diseño, marcas de fábrica y servicios), (3) activos centrados en el individuo (cualificaciones que conforman al hombre y que hacen que sea lo que es), y (4) activos de infraestructura (tecnologías, metodologías y procesos que hacen posible el funcionamiento de la organización). (Medina, Zuluaga, López y Granda, 2010)

Las estructuras y características de otros modelos con enfoque no financiero aportados a través del tiempo, por diferentes autores, están en la Tabla 7.

Tabla 7.

Modelos de capital intelectual con información no financiera

Modelos (años de publicación)	Estructura	Características relevantes
Cuadro de Mando Integral (Kaplan y Norton, 1992-2006).	Perspectiva financiera. Perspectiva de clientes. Perspectiva de procesos Internos. Perspectiva de aprendizaje y crecimiento.	Indicadores no financieros. Indicadores financieros. Relaciones causa-efecto.
Dow Chemical Model (1994).	Capital humano. Capital organizativo. Capital clientes.	Indicadores de intangibles resumidos en un factortecnológico.
Technology Broker (Brooking, 1996).	Activos de mercado. Activos humanos. Activos de propiedad intelectual. Activos de infraestructura.	Indicadores cualitativos. Auditoría de capital intelectual.
Modelo de la Universidad de Western Ontario (Bontis, 1996).	Relación de causalidad entre: Capital humano (competencia) Capital estructural (estructura interna). Capital relacional (estructura externa).	Relaciones de causa-efecto entre los bloques y los resultados empresariales.
Canadian Imperial Bank of Commerce (Saint-Onge, 1996).	Capital humano Capital estructural Capital cliente Capital financiero	Indicadores de aprendizaje.

Knowledge Management Assessment Tool (KMAT) (Andersen, 1996).	Comprende 24 prácticas emergentes de gestión del conocimiento.	4 facilitadores: liderazgo, cultura, tecnología y medición.
Navegador de Skandia (Edvinsson, 1997).	Enfoque financiero Enfoque cliente Enfoque de procesos. Enfoque de renovación y desarrollo. Enfoque humano.	Indicadores de medida absoluta. Indicadores de eficiencia.
Índice de capital intelectual (Roos, Bainbridge , & Jacobsen 2001).	Capital financiero. Capital humano. Capital estructural.	Índice de capital intelectual.
Intangible Assets Monitor (Sveiby, 1997).	Estructura interna. Estructura externa. Competencias de los empleados.	Indicadores de crecimiento / renovación Indicadores de eficiencia Indicadores de estabilidad
Modelo de medición del rendimiento estratégico (Atkinson y otros, 1997).	Accionistas. Clientes. Empleados. Comunidad.	Medidas primarias y secundarias para los distintos <i>stakeholders</i> .
Modelo de Dirección Estratégica por Competencias (Bueno, 1998).	Capital humano. Capital organizativo. Capital tecnológico. Capital relacional.	Indicadores de competencias básicas distintivas.
Modelo de Capital Humano (Ulrich, 1998).	Capital humano.	Indicadores de capacidad y compromiso de los empleados.
Modelo de Gestión del Conocimiento de KPMG Consulting (Tejedor y Aguirre, 1998).	Interacción de cultura, estilo de liderazgo, estrategia, estructura, gestión de las personas y sistemas, de información y comunicación.	Factores condicionantes del aprendizaje. Resultados del aprendizaje.
Modelo Andersen (Arthur Andersen, 1999).	Perspectiva individual Perspectiva organizativa	Flujos de información con valor añadido, identificando dos sistemas: compartir una red y el Arthur Andersen Knowledge Space.
Modelo Nova (Camisón, Palacios y Devece, 2000).	Capital humano. Capital organizativo. Capital social. Capital de innovación y Aprendizaje.	Indicadores de procesos dinámicos.
Modelo propuesto por el proyecto MERITUM (2002).	Capital humano. Capital estructural. Capital relacional.	Sistema de indicadores de recursos y actividades intangibles.
Modelo SKBS (Viedma, 2004).	Innovación. Operación.	Indicadores de <i>benchmarking</i> relacionados con las competencias esenciales.
Modelo Intellect (Euroforum, 1997-1998) y Modelo Intellectus actualizado (2011).	Capital humano. Capital estructural. (organizativo y tecnológico). Capital relacional (capital negocio y capital social). Capital de emprendimiento e innovación.	Elementos, variables y aceleradores para cada capital Creación de un índice sintético del capital intelectual.

Fuente: Tomado de Prieto y Santidrian (2016) en base a IADE-CIC (2003).

Los modelos no financieros estudiados, se caracterizan por el uso de indicadores como criterio de medición de los intangibles. Estos indicadores son de diferentes tipos: financieros, no financieros, cualitativos, de aprendizaje, de medida absoluta, de eficiencia, de crecimiento y renovación, de procesos, etc. Los indicadores se derivan de la visión y estrategias de la empresa (Prieto y Santidrian, 2016). Dentro de sus estructuras éstos modelos consideran a:

- a) Tres tipos de capital intelectual: capital humano, capital estructural y capital relacional, aunque expresados en diferentes términos.
- b) La perspectiva o enfoque financiero (en los modelos, Cuadro de Mando Integral y Navegador Skandia) refieren a la información del pasado de la organización (costos históricos) vertida en sus estados contables. Al respecto, actualmente existen otros tipos de costos, con la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF's), la contabilidad viene avanzando y acercando sus costos a valores de mercado. Tenemos a las nuevas mediciones establecidas como: valor razonable, valor neto de realización, revaluaciones, entre otros.
- c) Los modelos, Cuadro de Mando Integral, Navegador Skandia, Intangible Assets Monitor, Modelo Nova y el Intellect, incluyen en sus estructuras, a la perspectiva del proceso interno, al enfoque de renovación y desarrollo, al de competencia de los empleados, al capital de innovación y aprendizaje y al capital de emprendimiento e innovación; respectivamente. Enfoques que tiene que ver con la investigación y desarrollo (I+D) para identificar y cultivar mercados, clientes necesidades y preferencias, siendo ello información útil para el diseño y desarrollo de nuevos productos. Incluyéndose además los valores de las propiedades intelectuales, como patentes, marcas registradas, capacitaciones, etc. Particularmente el modelo Navegador de Skandia considera cinco áreas de enfoques. Cada área con un listado de indicadores y tres tipos de medidas: en dinero, en porcentaje y en números, con los cuales Skandia desarrolla una ecuación para medir el capital intelectual. Si bien no hay uniformidad en las unidades de medida de los indicadores, este es el único dentro de los

modelos no financieros que asigna valor monetario al capital intelectual. Además, es el más utilizado en las organizaciones, sobre todo en las grandes corporaciones de servicios, donde hay gran número de intangibles, como son registros de marcas, investigación y desarrollo, publicidad intensiva, sofisticados sistemas informáticos, capacidad de renovación, personal capacitado, personal motivado, etc.

2.4.5.2. Métodos con enfoque financiero

Llamados también teorías de modelos conceptuales (Arango, Molina y Zapata, 2010), o mediciones de la totalidad (Valencia, 2001).

Tenemos a las teorías como son: La q de Tobin; el VAIC (Value Added Intellectual Coefficient); Matriz de recursos; el VIC (Valor Intangible Calculado).

a) La “q” de Tobin

La “q” de Tobin es el cociente entre el valor de mercado de la empresa y el coste de reposición de sus activos. Su formulación se debe a James Tobin, premio Nobel de Economía por su trabajo sobre los mercados financieros. Teniendo en cuenta los valores con los que se calcula la “q”, se neutraliza el efecto de las distintas políticas de amortización que pueden ser empleadas. (Prieto y Santidrian, 2016)

b) El VAIC (‘Value Added Intellectual Coefficient’)

El desarrollo del VAIC se basa en la premisa de que tanto el capital intelectual como el físico se utilizan en la producción: ambos son inversiones y funciones de creación de valor añadido. Por ello, el VAIC proporciona información sobre la eficiencia en la creación de valor de los activos tangibles e intangibles dentro de la empresa, esto es, es una medida de la eficiencia del capital intelectual y del financiero. (Prieto y Santidrian, 2016)

Prieto y Santidrian (2016) indican que el VAIC es un procedimiento analítico diseñado para ayudar a la dirección, accionistas y otros stakeholders en el control y evaluación de la eficiencia del valor añadido creado por el total de recursos de la empresa. El cálculo del Valor Añadido (VA), es el siguiente:

$$VA = OUT - IN$$

Siendo OUT la totalidad de los ingresos obtenidos por la venta de productos y servicios en el mercado, mientras que IN incluye todos los gastos en los que se incurre para la obtención de los anteriores ingresos (Prieto y Santidrian, 2016).

Prieto y Santidrian (2016), indican que los tres componentes en los que se desagrega el VAIC son los siguientes:

VACA: Indicador de la eficiencia del valor añadido del capital físico y financiero empleado.

$VACA = VA/CA$, siendo CA el valor en libros de los activos netos.

VAHU: Indicador de la eficiencia del valor añadido del capital humano ó valor añadido generado por cada unidad monetaria invertida en los trabajadores.

$VAHU = VA/HU$, siendo HU el total importe del coste de personal partiendo de la premisa de que en un mercado eficiente el trabajador es retribuido en función de su contribución al valor añadido.

STVA: Indicador de la eficiencia del valor añadido del capital estructural.

$STVA = ST/VA$, siendo $ST = VA - HU$, esto es, cuanto mayor sea el aporte del capital humano en la creación de valor, menor es la del capital estructural.

$ICE = VAHU + STVA$, representa la contribución del capital humano y del estructural, de manera conjunta, a la creación de valor.

La suma de los niveles de eficiencia de los tres tipos de recursos es el VAIC (Prieto y Santidrian, 2016):

$$VAIC = VACA + VAHU + STVA = VACA + ICE$$

El VAIC como variable dependiente que representa la creación de valor, constituye una medida estandarizada y resistente que hace posible el análisis comparativo entre empresas en diversos sectores económicos. Los cálculos para la obtención del VAIC se basan en información auditada que se encuentra en los estados financieros de las empresas, por lo que su valor puede considerarse objetivo y verificable, además de ser sencillo de obtenerlo. (Prieto y Santidrian, 2016).

No obstante, el VAIC, también adolece de algunos problemas, como son, el hecho de que la partida de gastos de personal en su conjunto se está tratando como un activo, que no se tienen en cuenta las relaciones causales entre los diferentes tipos de capital intelectual y el valor añadido, o que tampoco se consideran las sinergias entre los sumandos de la fórmula. (Prieto y Santidrian, 2016).

c) Matriz de recursos

Al igual que el balance invisible critica el actual balance de situación, en este sentido se considera que el balance debe incluir además de los activos tangibles y los intangibles que aparecen en las cuentas como I+D y el “Good Will”, los que no aparecen actualmente en forma de cuenta y que suponen aumento de valor de la compañía. Así Lusch y Harvey (1994) realizaron la propuesta de balance presentada en la Tabla 8.

Fortaleza: punto de partida para muchas empresas que actualmente gestionan su capital intelectual.

Debilidades: no considera todos los intangibles, olvida el capital humano.

Tabla 8.

Matriz de recursos. Propuesta de Balance

Propuesta	Activos Tangibles	Activos Intangibles
Activos que están recogidos en cuentas.	Instalaciones propias.	<i>GoodWill.</i>
Activos que no están recogidos en cuentas.	Personal. Tecnología Canales de distribución. Sistemas de información.	Plan estratégico. Marca registrada. Imagen. Relaciones. Cultura organizacional.

d) VIC (Valor Intangible Calculado), NCI RESEARCH, ILLINOIS.

Es un modelo de medición del capital intelectual empresarial, creado y descrito en 1998 por Thomas A. Stewart, en su libro “La nueva riqueza de las organizaciones: Capital intelectual”, para tratar de calcular el valor de los intangibles en términos monetarios. Serpa (s/f).

Arango et al. (2010) señala, que éste método se debe a un estudio llamado “NCI RESEARCH” (*Kellogg School of Business University of Northwestern*), que trata de encontrar una manera de calcular el valor de los intangibles en términos monetarios, adaptando para ello un método utilizado para medir el valor de la marca. El valor de los bienes intangibles es igual a la capacidad de una empresa para superar al competidor medio que posee bienes tangibles similares.

Por su parte Valencia (2001), menciona que el sistema VIC (Valor Intangible Calculado), fue desarrollado por la compañía NCI RESEARCH situada en Illinois, afiliada a la escuela de negocios de Kellogg en la Universidad de Northwestern, en un programa de ayuda a las ciudades para evaluar y adquirir negocios intensivos en conocimiento. Es una forma de alentar a los bancos a invertir en negocios que, aunque poseen pocos activos tangibles como soporte para los préstamos, cuentan con una capacidad importante para producir flujos de fondos futuros.

Valencia (2001), explica el procedimiento de cálculo del método VIC (Valor Intangible Calculado) NCI RESEARCH, ILLINOIS, como sigue:

- 1) Calcular el promedio de la utilidad antes de impuestos de los 3 últimos años.
- 2) Calcular el promedio de los activos totales de los 3 últimos años.
- 3) Calcular el promedio de la rentabilidad sobre activos (ROA) antes de impuestos.
- 4) Calcular la diferencia de su ROA con el ROA promedio de la industria o de una empresa representativa del mismo sector.
- 5) Multiplicar los activos por la diferencia calculada anteriormente, con lo que obtendrá el exceso o defecto en dinero.
- 6) Calcular el promedio de la tasa de impuestos de los últimos 3 años.
- 7) Calcular el valor de exceso o defecto después de impuestos.
- 8) Para finalizar, se calcula el valor presente neto de dicha cifra, utilizando una tasa de descuento conveniente a su costo de capital.
- 9) La cifra resultante se define como el valor intangible calculado (VIC), y representa la capacidad de una compañía para utilizar su Capital Intelectual, en comparación con el promedio de la industria a la cual pertenece o con un competidor representante del sector. Es una media dice NCI RESEARCH, de la capacidad de una empresa para usar activos intangibles, para superar a sus competidores del ramo.

Este método es simple y fácil de aplicar, además para su aplicación usa información contenida en los estados financieros de las empresas lo que permite su cuantificación y objetividad.

Un aspecto importante de esta medida es que permite comparaciones entre diversas compañías, utilizando datos financieros. Esta medida también puede utilizarse para comparar diferentes unidades de negocios en una misma compañía, siempre y cuando pertenezcan a la misma industria. (Valencia, 2001).

2.4.6. La pequeña empresa

A. Definición de micro y pequeña empresa

La micro y pequeña empresa, es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Así, pueden ser consideradas como microempresas las sociedades anónimas cerradas, las empresas individuales de responsabilidad limitada, las personas naturales con negocio, entre otras. (Sagástegui, 2014).

B. Características generales de las MYPES

Sagástegui (2014) indica que, a diferencia de lo dispuesto en la Ley N° 28015, la nueva Ley de MYPES dispone que las características que deben cumplir dichas empresas son las siguientes:

Tabla 9.

Características generales de las MYPES

Tipo de empresa	Antes	Después
Microempresa	<ul style="list-style-type: none">• Número de trabajadores: Incluso de uno (1) hasta diez (10) trabajadores.• Nivel de ventas: Hasta un monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias – UTM	<ul style="list-style-type: none">• Número de trabajadores: Incluso de uno (1) hasta diez (10) trabajadores.• Nivel de ventas: Hasta un monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias – UTM
Pequeña empresa	<ul style="list-style-type: none">• Número de trabajadores: De uno (1) hasta cincuenta (50) trabajadores incluso• Nivel de ventas: A partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 unidades impositivas tributarias –UIT	<ul style="list-style-type: none">• Número de trabajadores: De uno (1) hasta cien (100) trabajadores incluso.• Nivel de ventas: Hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias

Fuente: Tomado de Sagástegui (2014).

C. La empresa Distribuidora y Comercializadora “Gran San Luis” E.I.R.L.

La pequeña empresa Distribuidora y Comercializadora “Gran San Luis” E.I.R.L., se constituyó como tal, el 1 de febrero del 2012, bajo la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.

Su objetivo es dedicarse a la compra y venta de abarrotos en general al por mayor y menor.

La empresa viene desarrollando sus actividades comerciales, primero sólo en el distrito de Cajamarca, luego expandiéndose a otros distritos, tales como Jesús, Namora y la Encañada, en donde coloca productos tales como: detergentes, jabones, champús, fideos, lácteos, leches, azúcar, aceites, mantecas y otros, que le proveen diversas empresas grandes productoras de alimentos de prestigio.

Desde un inicio, sus ventas han sido dirigidas principalmente a mayoristas y en condiciones de contado y crédito.

El dueño del negocio, es el gerente (Titular gerente) y, al finalizar abril del año 2018, la empresa contaba con 14 trabajadores.

en la entrevista con su persona, consideró a la empresa como un negocio vencedor y que está progresando, resaltando, además, la importancia de las experiencias de su personal, las preferencias de sus clientes, el apoyo de sus proveedores, el buen sistema de calidad y las oportunidades brindadas de parte de entidades privadas y públicas. Asimismo, en abril del año 2018, el dueño esperaba de su inversión en el negocio, un 7% de rentabilidad.

A partir de julio del año 2018 amplía su mercado, atendiendo al programa estatal Qali Warma en el distrito de la Encañada y un sector del distrito de Cajamarca.

2.5. Definición de términos básicos

Capital intelectual: Conjunto de recursos y capacidades de conocimiento, o activos intangibles que crean valor y la ventaja competitiva sostenible en las organizaciones empresariales.

Medición de valor: Es determinar la magnitud del capital intelectual en términos monetarios, para hacer visible el activo intangible u oculto, que es el que impulsa la generación de valor superior a la competencia.

Método VIC (Valor Intangible Calculado) o NCI Research Illinois: Es un modelo de medición del capital intelectual empresarial, creado y descrito en 1998 por Thomas A. Stewart, en su libro “La nueva riqueza de las organizaciones: Capital intelectual”, para tratar de calcular el valor de los intangibles en términos monetarios.

CAPÍTULO III

PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

La metodología que usa variables económicas y financieras como: Utilidades, activos, rentabilidades y valor presente neto, permitiría determinar el valor monetario del capital intelectual en la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca. Perú. Año 2018.

3.1.2. Hipótesis específicas:

- a. La metodología a aplicarse resultaría ventajosa para la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca. Perú. Año 2018.

- b. La metodología a aplicarse también presentaría algunas limitaciones para la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca. Perú. Año 2018.

3.2. Variables

3.2.1. Variable independiente:

Medición de valor monetario

3.2.2. Variable dependiente:

Capital intelectual

Ventajas del método VIC

Limitantes del método VIC

3.3. Operacionalización de variables de los componentes de la hipótesis

Tabla 10.

Operacionalización de los componentes de las hipótesis

Título: Capital intelectual y la medición de su valor monetario en la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca. Perú. año 2018.					
Hipótesis	Definición conceptual de las variables	Definición operacional			instrumento de recolección de datos
		VARIABLES	Dimensiones	Indicadores	
La metodología que usa variables económicas y financieras permite determinar el valor monetario del capital intelectual en la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca. Perú. Año 2018.	<p>Capital intelectual: Conjunto de recursos y capacidades de conocimiento, o activos intangibles que crean valor y la ventaja competitiva sostenible en las organizaciones empresariales.</p> <p>Medición del valor monetario: Es determinar la magnitud del capital intelectual en términos monetarios, para hacer visible el activo intangible u oculto, que es el que impulsa la generación de valor superior a la competencia.</p>	1. independiente: Medición de valor monetario	<p>Económicas</p> <p>Financieras</p>	<p>Utilidades promedio de tres últimos años</p> <p>Activos totales promedio de tres últimos años.</p> <p>Rentabilidad promedio de la empresa</p> <p>Rentabilidad promedio del competidor</p> <p>Rentabilidad excedente</p>	<p>Estados financieros</p> <p>Estados financieros</p>
		2. Dependiente: Capital intelectual Ventajas del método Limitantes del método	<p>Capital intelectual</p> <p>Ventajas</p> <p>Limitantes</p>	<p>Valor presente neto del excedente de rentabilidad</p> <p>Determinación de ventajas</p> <p>Determinación de limitantes</p>	<p>Rentabilidad excedente</p> <p>Costo de capital</p>

CAPITULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1. Ubicación geográfica

El proyecto se desarrolló en la ciudad, distrito, provincia y departamento de Cajamarca. Perú.

4.2. Métodos de investigación

El trabajo de investigación, se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo y se utilizó el método Hipotético – Deductivo, que es el que se basa en hipótesis preestablecidas, miden variables y, su aplicación debe sujetarse al diseño preconcebido; al desarrollarse, el investigador está centrado en la validez de la situación de investigación. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, citado por Vera 2018)

Desde este punto de vista, esta investigación, apoyándose en el estudio del marco conceptual pudo establecer la hipótesis general y las variables que fueron medidas.

4.3. Diseño de la investigación

El diseño de este trabajo de investigación, fue el transeccional o transversal y el descriptivo. El primero trata de investigaciones en las que no se manipulan (modifican) deliberadamente las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un tiempo único, en un solo momento, señala además que su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación. (Hernández et al., 2010, citado en Vera, 2018)

De acuerdo al planteamiento anterior, esta investigación se ha delimitado al distrito de Cajamarca, con fines de que estos resultados sirvan al conocimiento y al uso práctico de las empresas locales, particularmente de las del sector comercio.

Además, el tiempo que abarcó el estudio estuvo delimitado entre el 01 de enero del 2018 y el 31 de diciembre del 2018.

Los estudios descriptivos, buscan especificar las propiedades importantes de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar.

La presente investigación, buscó especificar los aspectos importantes del caso empresarial, sometido a estudio.

En la investigación, se desarrollaron, las siguientes etapas:

Primera etapa:

Se empezó seleccionando a la pequeña empresa en el sector comercio del distrito de Cajamarca, denominada, Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L., por las características que ella posee, como son de presentar un crecimiento continuo, de considerarse exitosa por parte del dueño y de sus trabajadores, por tener buena reputación, etc. Además, por la facilidad que nos brindó para la obtención de la información financiera necesaria para el desarrollo del presente trabajo de investigación.

Segunda etapa:

Se procedió a recopilar la información teórica, en la literatura especializada existente en el mundo académico y empresarial sobre el capital intelectual y sus modelos de medición.

Pasando al estudio detenido de estos temas, poniendo énfasis en los métodos más importantes utilizados en la actualidad para dar valor al capital intelectual en las organizaciones empresariales.

Luego del análisis general, se facilitó la selección de un modelo de valoración, que a nuestro criterio, fue el más apropiado y factible de adaptarlo a las características

particulares de la pequeña empresa Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L.

Tercera etapa:

Se efectuó la selección del modelo VIC (Valor intangible calculado) o NCI RESEARCH, ILLINOIS, que es un modelo de medición del capital intelectual empresarial, creado y descrito por Thomas A. Stewart, en su libro “La nueva riqueza de las organizaciones: El capital intelectual”, para tratar de calcular el valor de los intangibles en términos monetarios. Se fundamenta en la comparación del rendimiento de los activos (ROA) de la empresa con el ROA del competidor donde se desenvuelve. Da a conocer la capacidad del negocio para superar al competidor medio que posee bienes tangibles similares.

Se aplicó finalmente a un caso concreto, como fue a la empresa Distribuidora Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L., en donde se pudo observar el funcionamiento real de ésta teoría.

Cuarta etapa:

Se estableció los resultados, con su respectivo análisis, interpretación y discusión, llegando así a las conclusiones finales.

4.4. Población, muestra, unidad de análisis.

a) Población y muestra

La población y muestra está conformada por 5 empresas, incluida la empresa en estudio Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L. y otras 4 pequeñas empresas que son del sector comercio con el mismo giro de compra venta de abarrotes y también reconocidas en el mercado por su buena trayectoria.

b) Unidad de análisis

Unidad de análisis. La unidad de análisis está dada por la empresa Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L.

4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información.

Técnicas

Tenemos:

- a. Libros, artículos científicos y revistas, referentes al tema.
- b. Estados financieros de la empresa estudiada.
- c. Estados financieros de la empresa representante del sector.
- d. Estadísticas sobre empresas.
- e. Opiniones del propietario - gerente y trabajadores de la organización.

Instrumento

Como Instrumentos de recolección de datos tenemos: Fichas, formatos, archivos computarizados y entrevistas.

4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

El procesamiento de datos se realizó en forma manual y computarizada.

La información fue presentada en tablas y figuras.

4.7. Matriz de consistencia metodológica

Tabla 11. Matriz de consistencia metodológica

Título: Capital intelectual y la medición de su valor monetario en la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca, Perú. año 2018.								
Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumento de recolección de datos	Metodología	Población y muestra
¿Cuál es la metodología que permite medir adecuadamente el valor monetario del capital intelectual de la pequeña empresa del sector comercio del distrito de Cajamarca en el 2018?	Objetivo general: Medir el valor monetario del capital intelectual en la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca. Perú. Año 2018.	La metodología que usa variables económicas y financieras, permite determinar el valor monetario del capital intelectual en la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca. Perú. Año 2018.	1.Independiente: Medición de valor monetario.	Económicas	Promedio de utilidades (tres últimos años). Promedio de activos totales (tres últimos años).	Estados financieros	El presente trabajo de investigación, se desarrollará bajo un enfoque cuantitativo y utilizará el método Hipotético – Deductivo, que es el que se basa en hipótesis preestablecidas, miden variables y, su aplicación debe sujetarse al diseño preconcebido; al desarrollarse, el investigador está centrado en la validez de la situación de investigación. Hernández, Fernández y Baptista (2010), citado por Vera 2018.	La población y muestra está conformada por la empresa en estudio, distribuidora y comercializadora Gran San Luis E.I.R.L. y otra pequeña empresa del sector comercio con el mismo giro, distribuidora y comercializadora de abarrotes.
	Objetivos específicos a. Estudiar y comprender la naturaleza e importancia del capital intelectual para que se facilite la interpretación y fundamentación de la medición de su valor monetario en la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca. Perú. Año 2018. b. Estudiar y analizar diferentes métodos de medición de capital intelectual para hacer posible la selección del modelo adecuado para el cálculo del valor monetario del capital intelectual, en la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca. Perú. Año 2018. c. Aplicar el método adecuado seleccionado, en la medición del valor monetario del capital intelectual, en la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca. Perú. Año 2018.			Financieras	-Rentabilidad promedio (ROA) de la empresa. -Rentabilidad promedio (ROA) del competidor. -Rentabilidad excedente.	Estados financieros		
			2.Dependiente: Capital intelectual. Ventajas del método VIC. Limitantes del método VIC.	Capital intelectual. Ventajas. Limitantes.	Valor presente neto del excedente de rentabilidad. Determinación de ventajas. Determinación de limitantes.	Excedente de rentabilidad. Costo de capital.		

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Presentación de resultados

5.1.1. Naturaleza e importancia del capital intelectual.

Sobre la naturaleza e importancia del capital intelectual, se han encontrado los siguientes aspectos importantes:

La teoría de recursos y capacidades con su planteamiento, de que las empresas tienen una dotación heterogénea de recursos, los cuales pueden ser aprovechados. Además, que éstos no están disponibles para todas las empresas en las mismas condiciones (movilidad imperfecta). Por lo tanto, aquellas empresas que estén mejor dotadas de recursos y disponibilidades estarán en mejores condiciones frente a otras con menor dotación y que no puedan conseguir nuevos recursos. Que utilizando ciertas estrategias sobre los recursos se puede obtener la ventaja competitiva, la que puede ser sostenible en el tiempo al mantenerse la heterogeneidad.

Podemos decir, que son la dotación de recursos y la disponibilidad de mejores condiciones en las organizaciones, los factores fundamentales para la obtención de rentas superiores y para conservar esa heterogeneidad a lo largo del tiempo.

La teoría también resalta la naturaleza de los recursos, distinguiéndolos en recursos tangibles e intangibles; los primeros tienen existencia física, los segundos están basados en información y conocimiento. Da mayor importancia a los recursos intangibles, por su mayor potencial que representan para generar rentas superiores y la ventaja competitiva sostenible, ya que poseen atributos especiales: Ser inimitables, únicos, valiosos, escasos, insustituibles, creados internamente y desarrollados por la propia organización.

De otro lado, la teoría de recursos y capacidades, fundamenta que el beneficio de la empresa es consecuencia tanto de las características competitivas del entorno como de los recursos y capacidades internos de que dispone.

En su evolución, esta teoría distingue tres enfoques: El enfoque basado en el conocimiento, el enfoque relacional y el enfoque basado en el capital intelectual.

El enfoque basado en el conocimiento, pone énfasis en la primacía del conocimiento sobre los demás recursos de la organización, en cuanto a la generación de rentas para la empresa se refiere.

Asimismo, la teoría basada en el conocimiento, considera a la empresa una comunidad social, representante de la acumulación de conocimientos, experta en la creación, en la transmisión interna y en la aplicación del conocimiento.

El conocimiento, según Padoveze (2000) proviene del ser humano y es acumulado y administrado por la sociedad para satisfacción de sus necesidades. Las empresas y las instituciones acumulan y ejecutan diversas especialidades de conocimiento, logrando mayor eficiencia y eficacia en la gestión del conocimiento para alcanzar sus objetivos y cumplir con sus fines.

En el contexto actual, las compañías que se desempeñen con éxito serán aquellas que generen permanentemente nuevo conocimiento, lo compartan por toda la organización y lo incluyan en nuevas tecnologías y productos. (Revilla Gutierrez, 1995).

La mayoría de investigadores coinciden en que la ventaja competitiva proviene de la creación, obtención, acumulación y difusión del conocimiento. Al valorarlo y sistematizarlo logra la diferenciación y la ventaja competitiva.

El enfoque basado en el capital intelectual, sostiene la hegemonía del capital intelectual (recursos intangibles y capacidades) en la consecución de resultados empresariales superiores sostenibles en el tiempo. Además, que los componentes del capital intelectual (capital humano, capital estructural y capital relacional) son recursos que se complementan entre si, logrando un nuevo recurso indivisible que incide directamente en el desempeño empresarial.

Algunos alcances encontrados sobre los componentes del capital intelectual, son los siguientes:

El capital humano, está constituido por el conocimiento, los valores, la creatividad, destrezas, potencial de innovación, talento, experiencias y competencias del individuo dentro de la organización (Euroforum, 1998).

Se puede decir, que el capital humano, son los recursos intangibles que poseen las personas y tienen gran capacidad de producir valor: Sus conocimientos, sus habilidades y capacidades.

El capital estructural, es la base física de unión que mantiene y alienta a los trabajadores a seguir creando y compartiendo su conocimiento (Prieto y Santidrian, 2016). Aquí el conocimiento está representado en las rutinas de la organización, en las bases de datos, manuales de procedimientos, infraestructura, procesos, tecnología, sistemas de información, sistemas de comunicación, cultura empresarial y elementos referidos a la capacidad de renovación del negocio y a las innovaciones bajo formas de derechos comerciales protegidos, propiedad intelectual, etc. (Prieto y Santidrian, 2016).

Entonces, el capital estructural es el conocimiento que reside en la propia organización, en sus actividades diarias. Conocimiento que ésta logra explicitar, internalizar y sistematizar.

El capital relacional procede entre otros stakeholders, de los clientes, proveedores, empresas participantes en alianzas y accionistas a largo plazo, etc.

Comprende las relaciones de la empresa con terceros, así como las percepciones que éstos tengan de ella. La lealtad y satisfacción de clientes, la imagen de la empresa, reconocimientos de marcas, los pactos con proveedores, el poder comercial y la capacidad de negociación con instituciones financieras y reguladoras, etc. son ejemplos de capital relacional. (Prieto Santidrian, 2016).

Por lo tanto, el capital relacional es el valor que tiene el conocimiento en el conjunto de relaciones de la empresa con su entorno externo.

El capital intelectual radica en los seres humanos, de manera personal y colectiva, de allí su carácter intangible y de ofrecer un gran potencial para crear riqueza y la ventaja competitiva, ya que es difícil de imitar por la competencia, lo que lo diferencia de los recursos tangibles.

Los autores estudiados en la tabla 4, definen el capital intelectual como conocimiento, capacidades, actitudes, activos intangibles, relaciones, propiedad intelectual, experiencias, material intelectual, perspectiva estratégica, etc. y resaltan su importancia en cuanto a su capacidad para crear valor y la ventaja competitiva.

La mayoría de las definiciones dividen al capital intelectual en tres clases, usando diferentes términos para referirse a ellos: Capital humano, capital estructural y capital relacional. Vinculan al intangible con el término acumulación que es propio de la naturaleza económica del capital.

Refieren a que está oculto e invisible porque no es presentado en los estados contables.

Por lo anterior, en el mundo empresarial, hoy es imprescindible centrarse en el desarrollo de intangibles que creen valor para obtener el éxito. Observamos a empresarios, preocupándose en tener personal capacitado, conocimientos tecnológicos, liderazgo organizativo, buenos sistemas informáticos y de comunicaciones, sistemas organizativos, mejores procesos productivos y de comercialización, productos nuevos, buen nivel de satisfacción del personal, cultura organizacional, relaciones con clientes, proveedores y otros, imagen de la firma, satisfacción del cliente, entre otros. Recursos intangibles o del conocimiento que en comparación a los tangibles tienen un mayor potencial de generación de riqueza y logro de la ventaja competitiva.

Particularmente, en el caso de estudio , según los resultados de la entrevista al personal, que se presentan en las tablas N° 12,13,14 y 15 y, si tenemos en cuenta la teoría del capital intelectual, la pequeña empresa Distribuidora y Comercializadora “Gran San Luis” E.I.R.L. tiene importantes atributos: Las experiencias del personal,

las preferencias de los clientes, la cartera de proveedores de prestigio y el sistema de control de calidad, reconocidos por el propietario del negocio, son valiosos elementos, que conjuntamente con otras bondades y fortalezas percibidas por los trabajadores, constituyen activos intangibles que favorecen al negocio. Veamos los resultados de la entrevista:

En la tabla 12, se puede observar la estabilidad laboral del trabajador, factor importante para su satisfacción y para ganar experiencias en el negocio.

Tabla 12.

Empresa Distribuidora y Comercializadora “Gran San Luis”

E.I.R.L

Tiempo de prestación de servicios laborales.

El empleado labora en la empresa, hace:	Trabajadores	
	Nº	%
Menos de tres años	3	21
Tres años y más	11	79
TOTAL	14	100

Fuente: Entrevista realizada a trabajadores. abril 2018

Así mismo, teniendo en cuenta sus niveles de educación, con excepción de los tres transportistas que son choferes profesionales con secundaria completa, todos tienen educación superior con títulos profesionales y técnicos en su mayoría, es decir que la empresa cuenta con personal calificado. Ver tabla 13.

Tabla 13.**Empresa distribuidora y comercializadora “gran san luis” E.I.R.L****Nivel educativo del personal.**

Nº	Nombres y apellidos	Cargo que desempeña	Nivel educativo
1	Juan Hernández Ávila	Titular Gerente	Ingeniero civil
2	Zoila Muños Sánchez	Jefe de Administración	Ingeniero industrial
3	Juan Vásquez Lara	Contador	Contador publico
4	Judith Vílchez Vílchez	Jefe de Almacén	Ingeniero de industrias alimentarias
5	Saúl Reyna Yalta	Jefe de Informática	Técnico SENATI
6	Juan Vallejo Carranza	Asistente de Compras	Bachiller en contabilidad
7	José Pereyra Díaz	Asistente de Almacén	Técnico en agro negocios
8	Aníbal Rocha Sarmiento	Asistente de Almacén	Técnico administrativo SENATI
9	Joel Díaz Chilón	Asistente de Almacén	Técnico en agro negocios
10	Jorge Vigo Terán	Asistente de Almacén	Técnico administrativo SENATI
11	Juan Morí Rabanal	Asistente de Almacén	Técnico SENATI
12	Simón García Ramírez	Transportista	Chofer profesional secundaria completa
13	Pedro Tejada Bustamante	Transportista	Chofer profesional secundaria completa
14	Oscar Zamora Rabines	Transportista	Chofer profesional secundaria completa

Fuente: Entrevista realizada a trabajadores. abril 2018

La percepción que tiene el empleado de su empresa es positiva. Estas han sido, que es exitoso (un 50 %), que marchaba bien (43%) y que es vencedora (7%), ver tabla que sigue,

Tabla 14.

Empresa distribuidora y comercializadora “gran san luis” E.I.R.L

Percepción de la empresa por parte de sus trabajadores.

El trabajador percibe que la empresa:	Trabajadores	
	Nº	%
Es exitosa	7	50
Marcha bien	6	43
Es vencedora	1	7
TOTAL	14	100

Fuente: Entrevista realizada a trabajadores. abril 2018

Entre las fortalezas de la empresa señaladas por el personal, sobresalen la maquinaria y equipo y la calidad de los productos. siendo estos rubros a los que la empresa ha dado mayor importancia. Ver tabla 15 :

Tabla 15.

Empresa distribuidora y comercializadora “Gran San Luis” E.I.R.L

Fortalezas percibidas por los trabajadores

Los trabajadores perciben como fortalezas de la empresa a la:	Trabajadores	
	Nº	%
Excelente organización	2	15
Capacidad del Gerente	2	15
Buena Economía	1	8
Maquinarias y Equipos modernos	5	39
Calidad de los Productos	3	23
TOTAL	13	100

Fuente: Entrevista realizada a trabajadores. abril 2018

5.1.2. Métodos de medición del capital intelectual.

En la presente investigación, se han encontrado diversos métodos de medición del capital intelectual, así tenemos: métodos con enfoques no financiero y métodos con enfoques financiero, prevaleciendo en cuanto a número, el primero con el uso de indicadores para medir los intangibles con un enfoque cualitativo básicamente.

Dentro de los modelos con enfoque no financiero tenemos a los más difundidos : Navigator de Skandia, El cuadro de mando integral (Blanced Scorecard), Intelec y Technology Broker.

El navegador de Skandia, ha establecido directrices de actuación siendo un referente para muchos modelos, sin embargo, para su implementación se requieren sistemas de información sofisticados. El Intelec, es detallista en la explicación de los elementos intangibles, pero no hace una cuantificación de valor de ellos.

Con excepción del Navigator de Skandia, éstos modelos no están diseñados para cuantificar el valor del capital intelectual.

Los modelos no financieros estudiados, se caracterizan por el uso de indicadores en la medición de los intangibles. Estos indicadores son de diferentes tipos: financieros, no financieros, cualitativos, de aprendizaje, de medida absoluta, de eficiencia, de crecimiento y renovación, de procesos, etc. Consideran a tres tipos de capital intelectual: capital humano, capital estructural y capital relacional, aunque expresados con diferentes términos.

Las perspectivas o enfoques financieros que presentan en sus estructuras (casos de los modelos, Cuadro de Mando Integral y Navegador Skandia), son para referirse a la información del pasado de la organización (costos históricos) vertida en sus estados contables. Al respecto, actualmente existen otros tipos de costos, con la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF's), la contabilidad viene avanzando y acercando sus costos a valores de mercado, con las nuevas mediciones establecidas de valor razonable, valor neto de realización, revaluaciones, entre otros.

Los modelos Cuadro de Mando Integral, Navegador Skandia, Intangible Assets Monitor, Modelo Nova y el Intelect, incluyen a las perspectivas o enfoques como son: del proceso interno, del enfoque de renovación y desarrollo, de las competencias de los empleados, del capital de innovación y aprendizaje y del capital de emprendimiento e innovación; respectivamente. Enfoques que tiene que ver con la investigación y desarrollo (I+D) para identificar y cultivar mercados, clientes, necesidades y preferencias, básicos para el diseño y desarrollo de nuevos productos. Aquí también, se incluyen a las patentes, marcas registradas, capacitaciones, etc.

Particularmente el modelo Navegador de Skandia, plantea cinco áreas de enfoques. Cada área contiene una lista de indicadores y tres clases de medidas: en dinero, en porcentaje y en números, con los cuales Skandia desarrolla una ecuación para medir el capital intelectual. Este es el único, dentro de los modelos no financieros, que asigna valor monetario al capital intelectual. Además, es el más utilizado, sobre todo en las grandes corporaciones de servicios, donde hay gran número de intangibles, como son registros de marcas, investigación y desarrollo, publicidad intensiva, sofisticados sistemas informáticos, capacidad de renovación, personal capacitado, personal motivado, etc.

Por su parte, los modelos financieros de medición de capital intelectual, son enfoques cuantitativos y objetivos, globales, expresados en términos absolutos, basados en la información financiera monetaria real. Consideran que los resultados totales del negocio son consecuencia de la interacción del capital tangible (cuantitativo) con el capital intangible (cualitativo).

Entre los modelos financieros que hemos encontrado, citamos: La “q” de Tobin, El VAIC (Value added intellectual Coefficient), Matriz de recursos y el VIC (Valor intangible calculado) NCI RESEARCH ILLINOIS.

La “q” de Tobin. Toma en sus cálculos al valor de mercado de la empresa y el coste de reposición de sus activos. Las pequeñas empresas del lugar y del país, no conocen su valor de mercado porque no cotizan en mercados de valores.

El VAIC (value Added Intellectual Coefficient). Este método proporciona información sobre la eficiencia en la creación de valor de los activos tangibles e intangibles dentro de la empresa. Muy importante por cierto, pero en la pequeña empresa, primero se necesita conocer el valor monetario global, absoluto del capital intelectual, para conocer su situación de valor en cuanto a intangibles. Posteriormente como complemento podría aplicarse este método en la misma empresa con fines de análisis y evaluación de la eficiencia de ambos capitales (tangibles e intangibles).

Matriz de recursos, Método que al igual que el balance invisible critica el actual balance de situación, en el sentido de que debe incluir además de los activos tangibles y los intangibles que aparecen en las cuentas como I+D y el “Good Will”, los intangibles que no aparecen actualmente en las cuentas y que suponen aumento de valor de la compañía.

VIC (Valor intangible calculado) NCI RESEARCH ILLINOIS.

Este método busca calcular el valor de los intangibles en términos monetarios, basándose para ello en un método tradicional utilizado para medir el valor de la marca. se fundamenta en la comparación del rendimiento de los activos (ROA) de la compañía con el ROA promedio del sector o de una empresa representativa del mismo (Valencia, 2001).

La metodología se basa en información monetaria real, objetiva, ya que está disponible en las cuentas de los estados financieros de las empresas, lo que permite su cuantificación.

Después del análisis de importantes metodologías de medición del capital intelectual, tanto métodos de carácter no financiero, como de carácter financiero, reconocemos que el método financiero VIC (valor intangible calculado) o NCI Research Illinois, es el que más conviene a las características particulares de nuestras pequeñas empresas, en donde no hay diversidad de intangibles, más bien hay restricciones de capital para invertir en ellos, en investigaciones y desarrollo, para tecnificarse, para capacitar al personal, hay mínima innovación, no hay registraciones de marcas, no hay publicidad intensiva, etc.

El método VIC o NCI RESEARCH ILLINOIS, es confiable porque se basa en el procedimiento tradicional de cálculo empleado para dar valor a las marcas de fábricas, que es un procedimiento contablemente aceptado.

La creación de valor en los negocios se expresa en términos monetarios y cuando los resultados del negocio se expresan a través del dinero, criterios monetarios son la única base para un nuevo sistema de medición. Pulic (2000).

En tal sentido, hacemos la aplicación del método VIC o NCI RESEARCH ILLINOIS, en la pequeña empresa del sector comercio del Distrito de Cajamarca, denominada Distribuidora y comercializadora “Gran san Luis E.I.R.L.”.

5.1.3. Aplicación del método VIC (Valor intangible calculado) o NCI Research, Illinois

La metodología a aplicarse, es la siguiente: Valencia (2001)

- 1) Calcular el promedio de la utilidad antes de impuestos de los 3 últimos años.
- 2) Calcular el promedio de los activos totales de los 3 últimos años.
- 3) Calcular el promedio de la rentabilidad sobre activos (ROA) antes de impuestos.
- 4) Calcular la diferencia de su ROA con el ROA promedio de la industria o de una empresa representativa del mismo sector.
- 5) Multiplicar los activos por la diferencia calculada anteriormente, con lo que obtendrá el exceso o defecto en dinero.
- 6) Calcular el promedio de la tasa de impuestos de los últimos 3 años.
- 7) Calcular el valor de exceso o defecto después de impuestos.
- 8) Para finalizar, se calcula el valor presente neto, de dicha cifra utilizando una tasa de descuento conveniente a su costo de capital.
- 9) La cifra resultante se define como el valor intangible calculado (VIC), y representa la capacidad de una compañía para utilizar su Capital Intelectual, en comparación con el promedio de la industria a la cual pertenece o con un competidor representante del sector. Es una media dice NCI RESEARCH, de la capacidad de una empresa para usar activos intangibles, para superar a sus competidores del ramo. Valencia (2001).

La información financiera disponible, es la correspondiente a los años 1916, 1917 y 1918. Ha sido tomada de los Estados Financieros de la pequeña empresa, Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L, como empresa en estudio, y de la empresa Inversiones SIL E.I.R.L como representante de la pequeña empresa del sector comercio del distrito de Cajamarca, dedicada al mismo rubro y con características similares entre ellas.

Con respecto a la obtención de los promedios del sector en cuanto al ROA a que se refiere la metodología VIC y que, en un principio era de nuestro interés aplicarlos en el trabajo de investigación. Como no existe información oficial en el país de tales promedios, se intentó calcularlos a partir de la información contable de cuatro pequeñas empresas representativas del sector comercio dedicadas al mismo rubro de abarrotes. Sin embargo, encontramos que entre ellas hay diferencias extremas en cuanto a los valores de las cuentas en sus estados financieros; por lo tanto, los promedios arrojados por estos valores serían no representativos de la realidad.

Esta limitante es superada, considerando para la comparación de rentabilidades que requiere la metodología, a una sola empresa, la empresa “Inversiones SIL EIRL”, como representante del sector, sobresaliente con sus mayores montos frente a las otras seleccionadas, con buena imagen en el mercado y percibida por Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis EIRL”, como su principal competidora.

Esta comparación de rentabilidades de la empresa estudiada con una sola representativa del sector, resulta necesaria en el caso de nuestras pequeñas empresas y, se coincide con lo planteado por Valencia (2001).

Después de estas aclaraciones, procedemos a los cálculos correspondientes.

Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L.

PASO 1: Cálculo de utilidades promedio antes de impuesto de los tres últimos años

AÑO 2016	S/ 152 916
AÑO 2017	108 387
AÑO 2018	<u>320 390</u>
Total utilidades	S/ 581 693

Promedio por año = $581\ 693/3 = \mathbf{S/ 193\ 898}$ **Utilidades promedio anual.**

PASO 2: Cálculo del valor promedio de activos totales de tres últimos años.

AÑO 2016	S/ 2 500 225
AÑO 2017	1 745 565
AÑO 2018	<u>1 401 348</u>
Total activos	S/ 5 647 138

Promedio por año = $5\ 647\ 138/3 = \mathbf{S/ 1\ 882\ 379}$ **Activos promedio anual**

PASO 3: Cálculo promedio de la rentabilidad sobre activos (ROA) años 2016, 2017, 2018

$$\text{ROA} = 193\ 898 / 1\ 882\ 379 = \mathbf{10.30\%}$$

INVERSIONES SIL E.I.R.L.

PASO 4: Cálculo promedio de la rentabilidad sobre los activos totales de la empresa representante del sector, Inversiones SIL EIRL.

Aquí, necesitamos los cálculos previos siguientes:

- a. Cálculo de utilidades promedio antes de impuestos de los tres últimos años

AÑO 2016	S/ 104 887
AÑO 2017	113 803
AÑO 2018	<u>129 132</u>
Total utilidades	S/ 347 822

$$347\,822 / 3 = \mathbf{S/115\,941 \text{ Utilidades promedio por año.}}$$

- b. Cálculo del valor de activos totales promedio de los tres últimos años

Año 2016	S/ 1 230 756
Año 2017	1 374 030
Año 2018	<u>1 382 793</u>
Total activos	S/ 3 987 579

$$3\,987\,579 / 3 = \mathbf{S/1\,329\,193 \text{ Activos totales promedio por año}}$$

- c. Rentabilidad sobre activos (ROA) de la empresa representante Inversiones SIL EIRL.

$$\text{ROA} = 115\,941 / 1\,329\,193 = \mathbf{8,72 \%}$$

PASO 5: Cálculo de la diferencia de rentabilidades, ROA promedio de la empresa San Luis, con el ROA promedio de la representante Inversiones SIL EIRL:

$$10.30 - 8.72 = \mathbf{1.58 \%}$$

PASO 6: Cálculo de la rentabilidad excedente:

Multiplicar el activo promedio de la empresa San Luis por la diferencia anterior

$$1\ 882\ 379 * 1.58 \% = \mathbf{S/ 29\ 742} \quad \text{Rentabilidad excedente}$$

PASO 7: Cálculo del promedio de la tasa de impuesto a la renta

AÑO 2016	28.0 %
AÑO 2017	29.5 %
AÑO 2018	<u>29.5 %</u>
TOTAL	87 %

$$\text{Promedio anual} = 87 / 3 = \mathbf{29 \%}$$

PASO 8: Cálculo de la rentabilidad excedente después del impuesto:

$$29\ 742 - (29\ 742 * 0.29) = \mathbf{S/ 21\ 117} \quad \text{Rentabilidad excedente después del impuesto.}$$

PASO 9: Cálculo del valor presente del excedente anterior con la tasa de descuento de 7.58%.

$$\mathbf{21\ 117 / 0.0758 = S/278\ 588}$$

Los 278 588 soles, es el valor monetario del Capital Intelectual de la empresa Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L al cierre del año 2018.

Sobre la tasa de descuento que requiere la metodología VIC (Valor del intangible calculado) en su parte final, para aplicarla al exceso de rentabilidad después de impuesto a la renta; la determinamos utilizando el método de “Coste medio ponderado de capital” o WACC (Weight average costo of capital), ya que es el método que brinda la tasa de descuento que generalmente es aplicada en la evaluación de proyectos de inversión y en uno de los métodos de valoración de empresas más usados, como es el de Descuento de Flujos de Caja Futuros.

En efecto, el WACC, busca medir el costo promedio ponderado del financiamiento de los recursos de la empresa, siendo este costo, a la vez, desde el punto de vista del inversionista, la rentabilidad mínima que exigen por su

inversión los aportantes de recursos al negocio, como son los dueños que aportan sus fondos propios y los acreedores (principalmente bancos) que aportan los fondos ajenos. (Amat, 2000)

Es decir, el financiamiento compromete a los recursos propios o patrimonio de la compañía y, a los recursos de terceros o deudas. La tasa de descuento o de actualización de una inversión, entonces, se obtiene calculando, el promedio ponderado entre el costo del patrimonio o costo de oportunidad del capital (cok) y el costo o tasa de interés fijada para la deuda. (Amat, 2000)

El costo de oportunidad del capital o costo del patrimonio empresarial, porque por hacer inversión en el negocio, se está dejando de invertir en otro – que podría haber brindado una rentabilidad alternativa -, por lo que el inversionista debe exigir ganar no menos de esta tasa. (Amat, 2000).

Podemos decir, que el costo de oportunidad, es igual a la tasa de interés que esperan los capitalistas de su inversión en el negocio.

Amat (2000), expresa que la forma más simple de conocer el costo de oportunidad del capital, es preguntando al dueño, cuál es la rentabilidad mínima que les gustaría obtener de su inversión en el negocio.

El costo de la deuda, se toma de la información documentada sobre los préstamos contraídos por la empresa de los prestamistas.

En el costo de la deuda, dice Amat (2000), se debe considerar que los intereses sobre préstamos, son gastos financieros deducibles de la utilidad para efectos del impuesto a la renta. Por tanto, al costo de la deuda se le debe deducir el ahorro en impuestos que generan. Es decir:

$$K_d \text{ después del impuesto} = k_d \text{ antes de impuesto} \times (1-t)$$

Donde: k_d = costo de deuda

t = tasa del impuesto a la renta

Con las consideraciones anteriores y usando el procedimiento de cálculo indicado por Amat (2000), pasamos a determinar la tasa de descuento, mediante el Costo Promedio Ponderado de Capital o WACC, o simplemente Costo de Capital para la pequeña empresa Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis EIRL.

Las tablas N° 16,17 y 18, muestran los pasos a seguir para el cálculo del costo de capital o tasa de descuento.

TABLA N° 16

a) Cálculo de la participación en la estructura financiera

Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L.

Participación en la estructura financiera

CONCEPTOS	Sub Total S/	TOTAL S/	% de participación
PATRIMONIO		1368405	57.05
Capital	310191		
Reservas	9399		
Resultados Acumulados	728425		
Utilidad del Ejercicio	320390		
DEUDA TOTAL		1030000	42.95
TOTAL PASIVO		2398405	100

FUENTE: Estados Financieros y documentación sobre préstamos de la empresa.

TABLA N° 17

b) Cálculo del costo medio de la deuda

Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L.

Costo medio ponderado de la deuda

Deudas	Importe S/	% Sobre deuda total	Costo de la deuda	*efecto tributa.	Costo efectivo
		(a)	(b)	(c)	(a*c)
Préstamo banco BCP	700 000	67.96	12%	8.46%	5.75%
Préstamo banco interban	330 000	32.04	11.5%	8.11%	2.60%
Total Deuda	1030 000	100.00			8.35%

FUENTE: documentación sobre préstamos de la empresa.

El 8.35%, es el costo promedio de la deuda.

$$\text{*Efecto tributario} = K_d(1-t)$$

Donde: k_d = costo de deuda

t = tasa de impuesto.
Año 2018 = 29.5% tasa impuesto a la renta.

TABLA N° 18

c) Cálculo del costo de oportunidad del propietario del negocio.

El costo de oportunidad puede entenderse como la renad que el propietario desea obtener de su inversión en el negocio.

Como la empresa en estudio no cotiza en la bolsa de valores, el costo de oportunidad ha sido indicado por el dueño y es el 7% de sus ingresos. Es decir, la rentabilidad mínima esperada de su inversión en la empresa es de 7% .

d) Cálculo del costo promedio de capital o costo de capital (WACC)

Resumiendo:

a) La participación % del patrimonio en el pasivo es de 57.05%

b) La participación % de la deuda en el pasivo es de 42.95%

c) El costo medio ponderado de la deuda es de 8.35%

d) El costo de oportunidad del propietario del negocio es de 7%.

El costo de capital se obtiene, multiplicando el costo de oportunidad por el porcentaje que representa el patrimonio en el pasivo y, añadiendo el producto del costo de la deuda por el porcentaje que ésta representa en el pasivo.

asi tenemos:

$$\text{Costo promedio de capital} = (0.07 * 0.5705) + (0.0835 * 0.4295)$$

$$\text{Costo promedio de capital} = 3.9935 + 3.5863$$

$$\text{Costo promedio de capital} = 7.5798 = 7.58\% = \text{tasa de descuento.}$$

5.1.4. Ventajas y limitaciones de la metodología VIC o NCI Research Illinois

La aplicación de la metodología y el resultado obtenido en la pequeña empresa Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L., nos han permitido determinar ventajas y limitaciones.

5.2. Análisis, interpretación y discusión de resultados

5.2.1. Naturaleza e importancia del capital intelectual.

Considerando los fundamentos y definiciones expuestos, en los ítems del punto 5.1.1, de la tesis; la naturaleza e importancia del capital intelectual, podemos analizarla y sintetizarla como sigue:

El capital intelectual está conformado por el conjunto de activos inmateriales o recursos y capacidades basados en el conocimiento, que interactuando entre si y con apoyo de los recursos físicos y financieros se transforman en riqueza y competitividad sostenible. Además, representa el valor de estos intangibles en un determinado tiempo.

Los recursos y capacidades de conocimiento, constituyen el activo intangible desarrollado por las organizaciones. De esta manera surge el concepto de capital intelectual, para abarcar y representar a todos los intangibles basados en el conocimiento presentes en la organización, en sus elementos humano, estructural y relacional, interactuando entre ellos y con activos físicos para impulsar y lograr su capacidad de generar riqueza y la ventaja competitiva sostenible de la compañía. Esta es la particular naturaleza del intangible o capital intelectual.

Es desde la teoría de recursos y capacidades que se dan las bases fundamentales para identificar la naturaleza de los recursos y capacidades del conocimiento (capital intelectual). Con su fundamentación sobre movilidad imperfecta y sobre la heterogeneidad entre las empresas, en cuanto a la dotación de recursos y capacidades y disponibilidades de condiciones, se refieren. heterogeneidad y disponibilidades que explican las diferencias en las rentabilidades entre ellas.

Con su distinción entre recursos tangibles e intangibles, aclara la naturaleza material de los primeros y la naturaleza inmaterial de los segundos que se basan en el conocimiento y la información. Destacando, de que el valor de la empresa, está más relacionado con elementos intangibles que con tangibles ya que pueden constituir los principales factores de creación de riqueza y competitividad sostenible de la organización.

La teoría del conocimiento y del capital intelectual, clarifican, profundizan, establecen su propia naturaleza, poniendo énfasis en su primacía sobre otros recursos en cuanto a la creación de beneficios superiores y la ventaja competitiva sostenible empresarial.

De otro lado, los investigadores especialistas, coinciden con la teoría de recursos y capacidades, con la teoría del conocimiento y con la propia teoría del capital intelectual, cuando afirman que el capital intelectual, es la principal fuente de creación de valor o riqueza y ventaja competitiva sostenible de las organizaciones empresariales. Destacando el rol sumamente importante que este elemento desempeña en la economía de las organizaciones, que son organizaciones de la economía del conocimiento.

Con las afirmaciones anteriores coincidimos con Alonso (2013), quien establece que el capital intelectual engloba al conjunto de activos intangibles que posee una empresa y que añaden valor a las actividades que ésta realiza, lo que le va permitir generar una ventaja competitiva en el mercado. En el presente trabajo de investigación, se encontraron muchas coincidencias respecto a la aseveración de este autor.

5.2.2. Métodos de medición del capital intelectual.

Se han encontrado modelos con enfoques no financieros y modelos con enfoques financieros.

Los modelos no financieros, son múltiples, sobresaliendo por su importancia y mayor uso los siguientes: El Navigator de Skandia, el Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard), el Intelect y el Technology Broker.

Todos los modelos no financieros usan sólo información intangible (cualitativa). a la que miden a través de indicadores.

Los modelos, Navigator de Skandia y el Cuadro de Mando Integral, consideran, además información cuantitativa - que proviene de los estados financieros de la empresa- en las áreas o perspectivas financieras que poseen las estructuras de estos modelos.

El Navigator de Skandia, es el único modelo no financiero que calcula el valor monetario del capital intelectual. Este cálculo lo hace al término de su proceso de modelo, mediante el desarrollo de una ecuación que requiere tres clases de medidas: dinero, porcentajes y números. Por su importancia, el modelo tiene mucha aceptación y uso; sin embargo, su implementación implica el uso de sistemas informáticos sofisticados, siendo usado mayormente en grandes corporaciones de servicios, como en bancos, seguros, consultoras, etc., en donde hay diversidad de intangibles, como I+D, registros de marcas, publicidad intensiva, capacidad de renovación, capacitaciones y promociones del personal, etc.

En general, estos modelos no financieros no están diseñados para dar valor monetario al capital intelectual y cumplen una función básicamente de gestión e informativa externa.

Por su parte, los modelos financieros de medición de capital intelectual, son enfoques cuantificados y objetivos, globales, basados en información financiera monetaria, real lo que constituye su fortaleza. Consideran que los resultados totales del negocio provienen de la interacción del capital tangible (cuantitativo) con el capital intangible (cualitativo).

En el presente trabajo de investigación, se reconoce que el método financiero VIC (Valor Intangible Calculado) o NCI RESEARCH ILLINOIS, es el más adecuado a las características particulares de nuestras pequeñas empresas, en donde no hay diversidad de intangibles, contrariamente hay limitaciones de capital para inversiones en I+D y otros intangibles como capacitación y promoción del personal, para las innovaciones de

productos, servicios, procesos, para registraciones de marcas, para publicidad intensiva, etc.

Es un método confiable, porque se basa en un procedimiento tradicional de cálculo usado para dar valor a las marcas de fábrica, que constituye un procedimiento contable aceptado. Además, hace uso de la información que está disponible en los estados financieros de las empresas. La información financiera proporcionada por la contabilidad, es objetiva, real, e irá mejorando su calidad a medida que se generalice la obligación de aplicar las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y la contabilidad electrónica en las empresas.

Es una metodología de actualidad, ya que mide la información intangible del capital intelectual, propia de las exigencias de la economía del conocimiento.

Rodriguez y Villafranca (2005), nos exponen de que existen varios métodos para medir el capital intelectual, señalando entre los más importantes: Navegador Skandia, el Balanced Scorecard y el Technology Broker; en la presente investigación, se han encontrado mayor número de investigaciones con aplicaciones de modelos no financieros, donde sobresalen los tres indicados por los autores, sobre todo el Navegador Skandia, con más casos de estudios.

Milgioglio et al. (2001) nos dicen, que al capital intelectual se le puede incluir en su definición factores tales como: formación de empleados, lealtad de la clientela, rapidez y eficiencia en los procesos internos de la empresa. Mencionan, además que el capital intelectual se compone de capital humano y de capital estructural, éste último compuesto por el capital clientela y el capital organizacional. Que mediante uso de modelos se puede identificar, medir y valorar los activos intangibles a través de indicadores financieros y no financieros de carácter cualitativos y cuantitativos. Coincidimos en la primera parte, cuando se refiere a agregaciones a la definición del capital intelectual.

Sobre los componentes del capital intelectual, estos son reconocidos por la propia teoría del capital intelectual y por investigadores del tema. Sin embargo, la metodología aplicada en nuestro caso de estudio, que es la metodología denominada VIC (valor intangible calculado) o NCI Research, no desagrega al capital intelectual en sus componentes, por lo que hay autores que lo ven como su limitante; sin embargo, vale aclarar que, el método VIC, es un método global, absoluto, preciso para un fin determinado: Calcular o medir el valor del capital intelectual en términos monetarios. No es analítico.

Concordamos con el autor, en la última parte, en cuanto a medir los activos intangibles mediante indicadores financieros y no financieros. Dependiendo de los modelos de medición del capital intelectual que apliquen las empresas, utilizarán estos indicadores. En la presente investigación, se utiliza un modelo financiero de carácter cuantitativo basado en información de los estados contables que es información financiera cuantitativa.

5.2.3. Aplicación del método VIC (valor intangible calculado) o NCI Research Illinois, en la pequeña empresa Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L.

La metodología de medición de capital intelectual VIC (Valor intangible calculado) o NCI Research, Illinois, ha sido aplicada en la pequeña empresa “Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L.” y los resultados son satisfactorios. Es una metodología útil, de fácil aplicación y suficiente para dar un valor monetario realista, global en valor absoluto del capital intelectual que la empresa necesita para conocer sus niveles de valor intangible y de competitividad, en el contexto de la economía del conocimiento, donde el éxito empresarial se logra con el desarrollo de intangibles.

El valor monetario del capital intelectual obtenido en la pequeña empresa Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L., es de S/ 278 588 y es el valor intangible que ha favorecido a la empresa a lograr utilidades mayores (193 898 vs 115 941 en promedios anuales) y rentabilidad superior (10.30% vs 8.72%), es decir, la ventaja competitiva frente a su rival la empresa Inversiones SIL E.I.R.L. Ventaja competitiva que nos indica, que Gran

San Luis, estaría mejor dotada de recursos y capacidades de conocimiento y de mejores condiciones. Además este valor (278 588) representa la capacidad de la empresa para utilizar activos intangibles y superar a su competidor.

En su procedimiento de cálculos, la metodología ha utilizado variables económicas y financieras como son: Utilidades, activos, rentabilidades y valor presente neto; las mismas que han permitido llegar al resultado que es el valor monetario del capital intelectual de la pequeña empresa Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L., lo que permite confirmar la hipótesis general de trabajo planteada en la presente investigación.

Serpa (S.f.) indica que el capital intelectual es un concepto muy abarcador, que puede resumirse en un conjunto de atributos que debe poseer la empresa para llevar a cabo una gestión económica satisfactoria e incluso sobrevivir en un entorno cada vez más competitivo. El autor también indica, de que el modelo RCI Research Illinois, desarrollado por Thomas Stewart, da la posibilidad de valorar al capital intelectual a través de indicadores financieros y es aplicable a muchos tipos de empresas. Así aplicando este modelo en la empresa cubana, en el hotel Versalles de Santiago de Cuba obtiene resultados catalogados como sorprendentes y realistas. Tal es la aplicación del mencionado modelo, al caso concreto de la pequeña empresa del sector comercio del distrito de Cajamarca, Distribuidora y comercializadora Gran San Luis E.I.R.L., en donde la metodología VIC Research Illinois ha permitido determinar satisfactoriamente el valor monetario del capital intelectual de esta empresa.

Reyes (2011) considera que el capital intelectual es un conjunto de activos intangibles, los cuales tienen un valor muy significativo, que en algunos casos puede ser mayor a los activos tangibles en una organización, pero por desconocimiento o por la complejidad de su valorización no se muestran en los estados financieros de las empresas de nuestro país. En la presente investigación se ha encontrado que la empresa sometida a estudio sí cuenta con capital intelectual, el mismo que no es mostrado en el estado de situación financiera de la empresa. Coincidiendo con la preocupación del autor.

5.2.4. Ventajas y limitaciones de la metodología VIC (valor intangible calculado) Research Illinois.

En la aplicación de la metodología VIC o NCI RESEARCH, ILLINOIS, en el caso de la empresa estudiada, se ha comprobado su funcionalidad, sus ventajas y limitantes, lo que refuerzan y enriquecen la teoría y confirman las hipótesis específicas planteadas en la presente investigación. Veamos las siguientes ventajas:

- a. Le ha dado a conocer a la empresa el valor de su capital intelectual en términos monetarios, lo que constituye punto de partida para la gestión de este elemento tan importante para la empresa.
- b. Se está dotando a la empresa de una herramienta de medición de intangibles en el contexto de la economía del conocimiento, es decir del capital intelectual, en el que las empresas en general y las pequeñas en particular están aprendiendo, viviendo nuevas situaciones y experiencias, para lograr salir adelante.
- c. El método arroja un indicador preciso y objetivo ya que se calcula con información real.
- d. La metodología tiene validez externa ya que se puede generalizar, aplicando a todo tipo y tamaño de empresas que posean información financiera que es la base para aplicar el procedimiento.
- e. Permite complementarse con otros modelos, principalmente con los financieros para profundizar en el análisis y estudio del capital intelectual.
- f. Cabe muy bien como una medida estándar del capital intelectual en la pequeña empresa que no cotiza en bolsa como son las nuestras.

De otro lado, hemos encontrado que el VIC (valor del intangible calculado), en el caso real desarrollado, tiene las siguientes limitantes:

1. La imposibilidad de contar con la información sobre valores promedio de cuentas y de la rentabilidad promedio de las pequeñas empresas del sector: Primero, porque esta información no existe oficialmente en el país. Segundo, porque al tratar de calcularla, hemos encontrado que, entre las cuatro empresas seleccionadas inicialmente, hay diferencias extremas en los valores que presentan sus cuentas, los que arrojarían promedios no representativos de la realidad.

Esta limitante es superada, considerando para la comparación de rentabilidades que requiere la metodología, a una sola empresa, la empresa “Inversiones SIL EIRL”, como representante del sector, sobresaliente por sus mayores montos frente a las otras seleccionadas, con buena imagen en el mercado y percibida por Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis EIRL, como su principal competidora.

Esta comparación de rentabilidades de la empresa estudiada con una sola representativa del sector, resulta necesaria en el caso de nuestras pequeñas empresas y, se coincide con lo planteado por Valencia (2001).

2. La no precisión de la tasa de descuento y que la metodología necesita para la actualización del excedente de rentabilidad arrojado por la misma.

CONCLUSIONES

1. Se ha medido el valor monetario del capital intelectual en la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca. Perú. Año 2018
2. La medición del valor monetario del capital intelectual en la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca, ha sido satisfactoria y evidencia a los postulados básicos de la teoría de recursos y capacidades, de la teoría del conocimiento y de la teoría del capital intelectual, referidos a la particular naturaleza e importancia del capital intelectual de generar valor superior y la ventaja competitiva en estas organizaciones.
3. Para la selección del método adecuado para el cálculo del valor monetario del capital intelectual en la pequeña empresa del sector comercio del distrito de Cajamarca, se han estudiado y analizado diferentes métodos, así tenemos los modelos con enfoques no financieros y los modelos con enfoques financieros, existiendo diversidad de los primeros y poco de los segundos.

Los enfoques de medición no financieros, usan diferentes tipos de indicadores para medir la información intangible (cualitativa) y, con excepción del modelo Navigator de Skandia, no están diseñados para cuantificar monetariamente al intangible o capital intelectual.

Particularmente, el modelo Navigator de Skandia, por su importancia, tiene mucha aceptación y uso; sin embargo, su implementación necesita de sistemas informáticos sofisticados, siendo usado mayormente en grandes corporaciones de servicios, como bancos, seguros, consultoras, etc. donde hay diversidad de intangibles, como I+D, registros de marcas, publicidad intensiva, capacidad de renovación, capacitaciones y promociones del personal, etc.

Por su lado, los enfoques de medición financiera, son enfoques cuantitativos y objetivos ya que usan información del mercado o la información financiera de los estados financieros empresariales.

Se ha seleccionado, como modelo más adecuado a las características particulares de la pequeña empresa del sector comercio de la ciudad de Cajamarca, al modelo financiero VIC (Valor del intangible calculado) o NCI RESEARCH ILLINOIS.

La pequeña empresa del país en general y particularmente de la región, no cuenta con diversidad de intangibles, ya que tiene restricciones para realizar inversiones en intangibles, como I+D, innovaciones de productos, servicios,

procesos, publicidad intensiva, registraciones de marcas, capacitaciones y promociones de personal, etc. que son escasos o no lo tienen.

El método VIC (Valor del intangible calculado) o NCI RESEARCH ILLINOIS, es el modelo de medición del capital intelectual empresarial, creado y desarrollado por Thomas A. Stewart, en su libro “La nueva riqueza de las organizaciones: Capital Intelectual”, que busca calcular el valor de los intangibles en términos monetarios. Considera que el valor de los bienes intangibles es igual a la capacidad de una empresa para superar al competidor medio que posee bienes tangibles similares.

Es un método de confianza ya que se basa en una técnica de cálculo para dar valor a las marcas, técnica que es aceptada contablemente. Además, utiliza información de los estados financieros de las empresas, que es información monetaria real, lo que constituye su fortaleza.

Se aplica la metodología en la pequeña empresa del sector comercio del distrito de Cajamarca, denominada “Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L.”

4. La metodología de medición de capital intelectual VIC (Valor intangible calculado) o NCI Research, Illinois, ha sido aplicada en la pequeña empresa “Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L.” y los resultados son satisfactorios. Es una metodología fácil de aplicar, útil y suficiente para dar un valor monetario realista, global, en valor absoluto del capital intelectual que la empresa necesita para conocer sus niveles de valor intangible y de competitividad, en el contexto de la economía del conocimiento, donde el éxito empresarial se logra con el desarrollo de intangibles.

En su procedimiento de cálculos, la metodología ha utilizado variables económicas y financieras como son: Utilidades, activos, rentabilidades y valor presente neto; las mismas que han permitido llegar al resultado que es el valor monetario del capital intelectual de la pequeña empresa Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L., lo que permite confirmar la hipótesis general de trabajo planteada en la presente investigación.

El valor monetario del capital intelectual obtenido en la pequeña empresa Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis EIRL, es de S/ 278 588 y es el valor intangible que ha favorecido a la empresa a lograr utilidades mayores (193 898 vs 115 941 en promedios anuales) y rentabilidad superior (10.5% vs 7.5%), es decir, la ventaja competitiva frente a su rival la empresa Inversiones SIL E.I.R.L. Ventaja competitiva que nos indica, que Gran San Luis, estaría mejor dotada de recursos y capacidades de conocimiento. Además este valor (278 588) representa la capacidad de la empresa para utilizar activos intangibles y superar a su rival.

5. En la aplicación de la metodología VIC o NCI Research Illinois, en el caso de la empresa estudiada, se ha comprobado su funcionalidad, sus ventajas y limitantes, lo que refuerzan y enriquecen la teoría y confirman las hipótesis específicas planteadas en la presente investigación. Veamos las siguientes ventajas:
 - a. Le ha dado a conocer a la empresa el valor de su capital intelectual en términos monetarios, lo que constituye punto de partida para la gestión de este elemento tan importante para la empresa.
 - b. Se está dotando a la empresa de una herramienta de medición de intangibles en el contexto de la economía del conocimiento, es decir del capital intelectual, en el que las empresas en general y las pequeñas en particular están aprendiendo, viviendo nuevas situaciones y experiencias, para lograr salir adelante.
 - c. El método arroja un indicador preciso y objetivo ya que se calcula con información real.
 - d. La metodología tiene validez externa ya que se puede generalizar, aplicando a todo tipo y tamaño de empresas que posean información financiera que es la base para aplicar el procedimiento.
 - e. Permite complementarse con otros modelos, principalmente con los financieros para profundizar en el análisis y estudio del capital intelectual.
 - f. Cabe muy bien como una medida estándar del capital intelectual en la pequeña empresa que no cotiza en bolsa como son las nuestras.

De otro lado, hemos encontrado que el VIC (valor del intangible calculado), en el caso real desarrollado, tiene las siguientes limitantes:

1. La imposibilidad de contar con la información sobre valores promedio de cuentas y de la rentabilidad promedio de las pequeñas empresas del sector: Primero, porque esta información no existe oficialmente en el país. Segundo, porque al tratar de calcularla, hemos encontrado que, entre las cuatro empresas seleccionadas inicialmente, hay diferencias extremas en los valores que presentan sus cuentas, los que arrojarían promedios no representativos de la realidad.

Esta limitante es superada, considerando para la comparación de rentabilidades que requiere la metodología, a una sola empresa, la empresa “Inversiones SIL E.I.R.L.”, como representante del sector, sobresaliente por sus mayores montos frente a las otras seleccionadas, con buena imagen en el mercado y percibida por Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L., como su principal competidora.

Esta comparación de rentabilidades de la empresa estudiada con una sola representante del sector, resulta necesaria en el caso de nuestras pequeñas empresas y, se coincide con lo planteado por Valencia (2001).

2. La no precisión de la tasa de descuento y que necesita la metodología para la actualización del excedente de rentabilidad arrojado por la misma (VIC).

RECOMENDACIONES

1. La pequeña empresa Distribuidora y Comercializadora Gran San Luis E.I.R.L., debe iniciar la gestión de su capital intelectual y seguir desarrollándolo con mayores inversiones en el personal, en publicidad de calidad, innovaciones en productos, servicios, en procesos y operaciones de distribución y comercialización, entre otros.
2. La empresa debe aplicar la metodología VIC (valor del intangible calculado) en forma permanente, buscando la realidad utilizar en el procedimiento a una sola empresa competidora; al mismo tiempo, cuidar mantener su posición competitiva e ir formando y acumulando herramientas útiles para el análisis y evaluación del intangible.
3. Usar el método de costo de capital, o costo medio ponderado o WACC, para determinar la tasa de descuento o de actualización del exceso de rentabilidad, requerida por la metodología VIC (Valor intangible calculado).
4. Continuar con estudios analíticos adecuados de su capital intelectual a fin de complementar, ampliar y evaluar a profundidad la información sobre su intangible obtenida en el presente trabajo de investigación.
5. A los profesionales e investigadores de la especialidad. Que el presente trabajo, sea sólo motivador para continuar con investigaciones sobre el importante y actual tema de capital intelectual, tan necesario y urgente para nuestras empresas en el contexto de la economía del conocimiento. sobre todo para el profesional contable investigador, el tema de capital intelectual es desafiante: Los activos intangibles (capital intelectual) ayudan realmente a generar riqueza en las organizaciones y la contabilidad no los considera, por consiguiente, no aparecen en los estados financieros. El motivo a la fecha, no hay ninguna norma de contabilidad que autorice o estandarice a determinado procedimiento o método para la medición de intangibles que son creados internamente en las organizaciones, pese a que hay diversidad de propuestas. Por ello, es urgente avanzar con investigaciones sobre el tema, hasta lograr la metodología de medición estándar de capital intelectual, cuando menos para nuestras pequeñas empresas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Abanto P., J.A. (2008). *Gestión del capital intelectual y su influencia estratégica en la generación de ventajas competitivas en la agroindustria exportadora esparraguera peruana* (tesis doctoral). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú. Recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5568/Tesis%20Doctorado%20-%20Jorge%20Abanto%20Peche.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aguilar, L., García, M. G., y Del Villar, V. M. (2016). *Evolución del capital intelectual*. Recuperado de: https://www.ecorfan.org/actas/A_1/5.pdf
- Alama S., E.M. (2008). *Capital intelectual y resultados empresariales en las empresas de servicios profesionales de España* (tesis de postgrado). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/8709/1/T30356.pdf>
- Alarcón, M., Alvarez, S., Goyes, J., y Pérez, O. (2012). Estudio y análisis del capital intelectual como herramienta de gestión para la toma de decisiones. *Revista del Instituto Internacional de Costo*, 10, 49-65.
- Alonso M., G. (2013). *Estudio de casos de capital intelectual en empresas gallegas* (tesis de pregrado). Universidad de Vigo, Galicia, España. Recuperado de: <http://fctou.uvigo.es/files/docencia/TFG/premios/Estudio%20de%20casos%20de%20Capital%20Intelectual%20en%20empresas%20gallegas.pdf>
- Amit, R. y Shoemaker, P. (1993). Strategic assets and organizational rent. *Strategic Management Journal* (14): 33-46.
- Andriessen, D. (2004a). IC valuation and measurement: Classifying the state of the art. *Journal of Intellectual Capital*, 2(5), 230-242.
- Arango S., M. D., Molina P., P. A., y Zapata C., J. A. (2010). Revisión de metodologías para la valoración del capital intelectual organizacional. *Revista virtual Universidad Católica del Norte*, (31), 105–130. Recuperado de: <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/download/39/87>

- Arango, M., Gil, H. & Pérez, G. (2007). *Aspectos prácticos de la gestión del conocimiento y la innovación aplicada a las empresas*. Medellín: Universidad Nacional de Colombia.
- Argote, L., I. P. (2000). Knowledge transfer: A basis for competitive advantage in firms. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 82 (1): 150-169.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, (17), 99-120.
- Barney, J. B. (1997). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*. Addison-Wesley, Reading.
- Bernárdez, M. (2008). Creación del capital intelectual. España: Editorial Global Business Press.
- Bontis, N. (1996). There's a price on your head: Managing intellectual capital strategically. *Rev. Business Quarterly, Summer*, 41-47.
- Bontis, N. (1998). Intellectual capital: An exploratory study that develops measures and models. *Management Decision*, 36(2), 63-76.
- Bontis, N. (1999). Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field. *Internacional Journal of the Technology Management*, 18(5,6,7,8), 433 – 462.
- Bontis, N. (2002). *National intellectual capital index: Intellectual capital development in the Arab Region*. Institute for Intellectual Capital Research: Ontario.
- Bontis, N., Dragonetti, N. C., Jacobsen, K., y Roos, G. (1999). The knowledge toolbox: a review of tools available to measure and manage intangible resources. *European Management Journal*, 17(4),391 – 402.
- Bontis, N., Keow W., C. C., y Richardson, S. (2000). Intellectual capital and business performance in Malaysian industries. *Journal of Intellectual Capital*, 1(1), 85-100.
- Borrás, F., y Ruso, F. (2015). Capital intelectual: visión crítica y propuesta para organizaciones cubanas. La Habana, Cuba: Editorial UH.
- Bradley, K. (1997). Intellectual capital and the ne ealth of nations. *Revista Business Strategy Review*, 8(1), 53-62.

- Brooking, A. (1997a). *El Capital intelectual: el principal activo de las empresas del tercer milenio*. Barcelona, España: Paidós.
- Brooking, A. (1997b). *El capital intelectual*. Barcelona: Paidós Empresa
- Brooking, A. (1998). *Intellectual capital, International Thomson Business Press*. London.
- Brun, F. Laurino, M. Sorensen, M. (2010). *Medición del Capital Intelectual: Utilidad y Aplicabilidad en las Empresas de Servicios Profesionales de Uruguay* (trabajo de investigación monográfico para la obtención del título de Licenciado en Administración - Contador). Universidad de la República. Uruguay.
- Bueno, E. (2002). *Dirección estratégica basada en conocimiento: Teoría y práctica de la nueva perspectiva*. Nuevas Claves para la Dirección Estratégica. Barcelona: , Ed. Ariel.
- Bueno, E. (2005). *Génesis, evolución y concepto del capital intelectual: enfoques y modelos principales*. Capital Humano.
- Bueno, E. (2013). El capital intelectual como sistema generador de emprendimiento e innovación. *Revista Economía Industrial*, 388, 15-22.
- Bueno, C. 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), 43-63.
- Bueno, E. (1998). *Medición del capital intelectual: Modelo Intellect*, Euroforum, IUEE, San Lorenzo de El Escorial, Madrid.
- Bueno, E. (2003). *Modelo Intellectus: Medición y Gestión del Capital Intelectual*, Documento Intellectus, 5, CIC-IADE (UAM), Madrid.
- Cañibano, L. y Coca, A. (2005). *Definición de indicadores de capital intelectual a nivel sectorial*. Una aplicación en las utilities eléctricas españolas, ponencia, XIII Congreso AECA, Oviedo.
- Carrión M., J. (2004). *Teoría de recursos y capacidades y gestión del conocimiento*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-recursos-y-capacidades-y-gestion-del-conocimiento/>

- Choo, C. W., & Bontis, N. (2002). *The strategic management of intellectual capital and organizational knowledge*. NY: Oxford University Press, New York.
- Conner, K. R., & Prahalad, C. K. (1996). A resource- based theory of the firm: Knowledge versus opportunism. *Organizational Science*, 7(5): 477-501.
- Dávila, A. (1999). Nuevas herramientas de control: el cuadro de mando integral. España: *Revista de Antiguos Alumnos*, 34-42.
- De Carrión M., J. (2004). *Teoría de recursos y capacidades y gestión del conocimiento*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-recursos-y-capacidades-y-gestion-del-conocimiento/>
- Demuner, M., Saavedra, M., y Camarena, M. (2017). Medición del capital intelectual en el sector bancario: aplicación de los modelos Skandia y VAIC. *Revista Innovar*, 27(66),75-89.
- Denisi, A., Hitt, A. y Jackson, S.(2003). The Knowledge-based Approach to Sustainable Competitive Advantage, en S. Jackson, M. A. Hitt y A. Denisi (Eds.), *Managing knowledge for Sustained Competitive Advantage*. *Jossey-Bass, San Francisco*, 3-33.
- Drucker, P. F. (1993). *Post Capitalist Society*, *HarperCollins*, Nueva York.
- Edvinsson, L. (1997). Developing intellectual capital at Skandia. *Long Range Planning*, 30(3), 366 – 373.
- Edvinsson, L. y Malone, M. S. (1999). El capital intelectual. Cómo identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa. Ed. *Gestión 2000*, Barcelona, España.
- Edvinsson, L. y Sullivan, P. (1996). Developing a model for managing intellectual capital. *European Management Journal*, 14(4), 356 – 364.
- Edvinsson, L., & Malone, M. (2003). El capital intelectual. Cómo identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa. Barcelona: *Gestión 2000*.
- Edvinsson, L.; Malone, M. (1997). *Intellectual capital: realizing your company's true value by finding its hidden brainpower*. Nueva York: Haper Collins.

- Euroforum (1998). Medición del capital intelectual. Modelo Intellectus. Madrid: Euroforum.
- Fernández, E., Montes, J. M., y Vásquez, C. J. (1998). *Los recursos intangibles como factores de competitividad de la empresa*. Madrid, España: Dirección y Organización 22.
- Foss, N. y Knudsen, T. (2003). The Resource- based tangle: towards a sustainable explanation of competitive advantage. *Managerial and Decision Economics*, (24): 291- 308.
- Funes C., Y y Hernández G., C. (2001). Medición del valor del capital intelectual. *Revista Contaduría y Administración, México*, 203: 45 – 58. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39520305>
- García Z., T. (2005). Diseño de un modelo para la medición del capital intelectual de empresas de manufactura en el Perú. *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial*, 8(2), 33 – 41. Recuperado de: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/75839cf1-1960-4106-a3dd-08f525f5e69d>
- García M., J.D.; Arregui A., G.; Rodríguez C., A. y Vallejo A., B. (2010). Motivos externos e internos para la valoración financiera de los intangibles: antecedentes y consecuentes. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* 16(3), 145-171.
- García, M., Simo, P., y Sallan, J. M. (2006). La evolución del capital intelectual y las nuevas corrientes. *Revista Intangible Capital*, 2(13), 277 – 307.
- Gonçalves, L. y Baum, M. S. (2001). Activos intangibles: Medir o ignorar. Convención de Contabilidad de Río Grande do Sul, 8, Gramado. Anales de la VIII Convención de Contabilidad de Río Grande do Sul. *Gramado: RS*, 3(11), 101 – 120.
- Grant, R. (1991). The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implication for Strategic Formulation”, *California Management Review*, 33, 114-135.
- Grant, R. M. (1996). Propering in dynamically competitive environments: organizational capability as knowledge integration. *Organization Science*, 7(4): 375- 387.

- Grant, R. M. (1998). Dirección Estratégica. Conceptos, Técnicas y Aplicaciones. Civitas, Madrid, España.
- Hall, R. (1992). The strategic analysis of intangible resources. *Strategic Management Journal* (13): 135-44.
- Huamán, C. (2007). *Capital intelectual en las empresas*. Recuperado de: <http://radioalfil.blogspot.com/2007/02/el-capital-intelectual-en-las-empresas.html>
- Intelectual organizativo. Universidad de Deusto. Deusto: *Revista de Estudios Empresariales* (102), 36-42.
- Itami, H. & Roehl, T. (1987). *Mobilizing Invisible Assets*. Harvard University Press. Cambridge, MA.
- Jiménez, A. (1999). *Las Competencias y el Capital Intelectual: La manera de gestionar personas en la era del conocimiento*. Boletín Club Intelec, abril, nº 2, 2-5. Euroforum, Madrid, España.
- Joya A., R., Gámez A., L. C., Ortiz P., M. L., y Gálvez F., A. (2015). Medición del capital intelectual en empresas mexicanas. *Rev. Retos de la Dirección*, 9(1): 79 – 95. Recuperado de: <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v9n1/rdir04115.pdf>
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996): The Balanced Scorecard: Translating strategy into action, Boston, MA, *Harvard Business School*.
- Kendrick, J.V. (1961). Some Aspects of Capital Measurement. *The American Economic Review*, 51(1),102-111.
- King, K. (Sf.). *El Valor de la propiedad intelectual, los activos intangibles y la reputación*. OMPI. Recuperado de: https://www.wipo.int/sme/es/documents/value_ip_intangible_assets.htm
- Knight, D. J. (1999). Performance measures for increasing intellectual capital. *Journal Strategy and Leadership*, 1(29), 22-28.
- Kogut, B. & Zander, U. (1992). Knowledge of the firm, combinate capabilities, and the replication of technology. *Organization Science*, 3(3), 383- 397.

- Kristandl, G., & Bontis, N. (2007). Constructing a definition for intangibles using the resource based view of the firm. *Management Decision*, 45(9), 1510-1524.
- Lev, B. (2001). *Intangibles. Management, measurement and reporting*, Brookings Institution, Washington.
- Lev, B. (2003). *Intangibles: medición, gestión e información*. Editorial Deusto, D.L., Barcelona, España.
- Ley Ch., K. L. (2017). *Método de capital intelectual para valorizar las empresas del sector de servicios de mantenimiento electromecánico caso: COPROSUR INGS. S.R.L.* (tesis de pregrado). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/4747/COlechkl.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Limache S., E. M. (2017). *Capital intelectual en la competitividad de las MIPYMES de la región Tacna – 2015* (tesis de maestría). Universidad Privada de Tacna, Tacna, Perú. Recuperado de: http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/505/1/Limache_Sandoval_Elmer.pdf
- List, F. (1841). *Das Nationale System der Politischen Okonomie*, Tubinga.
- Lloria, M. B. (2000). *El conocimiento como recurso y capacidad. Una Aproximación a la Gestión del Conocimiento como Ventaja Competitiva*. Universidad de Valencia, España, Working Paper.
- López, V. R., y Nevado, D. (2006). *Gestione y controle el valor integral de su empresa. análisis integral: modelos, informes financieros y capital intelectual para rediseñar la estrategia*. Madrid, España: Díaz de Santos.
- Lusch, R., & Harvey, M. (1994). *The case for an off- balance- sheet controller*. Sloan
- Malgioglio, J. M., Carazay, C., Suardi, D., Bertolino, G., Diaz, T., Fernandez, A.,... Vazquez, C. (2001). *Capital intelectual: el intangible generador de valor en las empresas del tercer milenio*. Trabajo presentado en las sextas jornadas de investigaciones. Universidad Nacional de Rosario, Buenos Aires, Argentina. Recuperado de:

https://fcecon.unr.edu.ar/web/sites/default/files/u16/Decimocuertas/Malgioglio, Carazay,Suardi_capital%20intelectual.pdf

- Malhotra, Y. (2000). Kno ledge assets in the global economy: Assessment of national intellectual capital. *Journal of Global Information Management*, 8(3), 5-15.
- Marr, B. (2005). *Perspectives on intellectual capital: multidisciplinary insights into management, measurement, and reporting*. Elsevier ButterworthHeinemann.
- Martínez, M. (2011). *Desarrollo de un modelo de gestión del conocimiento en la cadena de suministro de la industria agroalimentaria* (tesis de posgrado). Universidad Politécnica de Madrid, Madrid, España.
- Medina H., S., Zuluaga L., E., López P., D, y Granda M., F. (2010). Aproximación a la medición del capital intelectual organizacional aplicando de lógica difusa. *Revista Cuadernos de Administración*, 23(40), 35 – 68.
- Mena C., C. E., Vásconez V., H. D., y Carguaytongo S., J. F. (2017). El capital intelectual desde una revisión teórica de la literatura publicada. *Revista Dominio de las Ciencias*, 3: 29-30. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6093285.pdf>
- Mesén F., V. (2012). Capital intelectual: su valoración en el contexto empresarial. *Revista Tec. Empresarial, Costa Rica*, 6 (3): 25 – 31. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4088376.pdf>
- Monagas D., M. (2012). Procedimiento metodológico para la medición del capital intelectual en empresas hoteleras. *Revista Ingenieria Industrial, Cuba*, 34 (1): 50 – 63. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360433593006>
- Montejano, S. (2013). Impacto del capital Intelectual en la Innovación en empresas: una perspectiva de México. *TEACS*, 13, 39-48
- Moon, Y. J., & Kym H. G. (2006). A model for the value of intellectual capital. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 3(23), 253-269.
- Münch, L. (2005). *Administración de capital humano, la gestión del activo más valioso de la organización*. México: Trillas s.a. de c.v.

- Navas L., J. E. (2015). Reflexiones sobre la identificación y medición del capital intelectual de la empresa. *Revista Ciencia Estratégicas*, 23 (33): 7 – 13. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151345259001.pdf>
- Navas, J. E., y Guerras, L. A. (1998). *La dirección estratégica de la empresa. Teoría y Aplicaciones*. Civitas, Madrid, España.
- Nevado P., D., y López R., V. (2002). *El capital intelectual: valoración y medición. Modelos, informes, desarrollos y aplicaciones*. Madrid, España: Prentice-Hall.
- Nevado, D., López, V., & Bolaños, J. (2008). Indicador sintético del capital intelectual: humano y estructural. Un factor de competitividad. Santiago de Chile: *Revista EURE*, 45-70.
- Nieves, Y., León, M. (2001) La gestión del conocimiento: Una nueva perspectiva en la gerencia de las organizaciones. *Acimed*, 9 (2), 121-126.
- Nonaka, I. (1991). The knowledge creating company. *Harvard Business Review*, 96-104.
- Nonaka, I. y Takeuchi, H. (1995). *The knowledge Creating Company. How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Oxford University Press, Londres, 1ª ed.
- Ochoa H., M. L., Prieto M., M. B., y Santidrán A., A. (2012). Una revisión de las principales teorías aplicables al capital intelectual. *Revista Nacional de Administración*, 3(2), 35 – 48.
- Ordóñez de Pablos, P. (2000). *Herramientas estratégicas para medir el capital Intelectual*.
- Ordóñez de Pablos, P. (2001). Medición de capital intelectual en empresas asiáticas: el caso de Reliance Industries Ltda. (India). Escuela Universitaria de Estudios empresariales, Universidad del País Vasco. *Revista de dirección y administración de empresas* (9), 185-199.
- Ordóñez De Pablos, P. (2003). Intellectual capital reporting in Spain: A comparative review. *Journal of Intellectual Capital*, 4(1), 61 – 81.
- Osorio, M. (2003). El capital intelectual en la gestión del conocimiento. *Acimed*, 11(6). Disponible en: http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol11_6_03/aci07603.htm

- Otero, E., y Schwarz, M. (2018). Revisión de la literatura de las técnicas y métodos de medición del capital Intelectual. *Revista Científica de la UCSA*, 5 (1): 41 – 60. Recuperado de: http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/6064/Schwarz_Otero_capital_intelectual.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Padoveze, C.L. (2000). *Aspectos de la Gestión Económica del Capital Humano*. *Revista de Contabilidad del Consejo Regional de Contabilidad de São Paulo*. Año IV, N° 14, (8: 4-10), Ibid, (8: 9:11-20).
- Pastrana D., N. (2015). *Modelo de medición del capital intelectual en las carreras acreditadas de ingeniería industrial del Perú* (tesis doctoral). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Recuperado de: https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/Pastrana_dn
- Peteraf, M. A. (1993). The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View. *Strategic Management Journal*, 14, 179 -192.
- Petty, R., & Guthrie, J. (2000). Intellectual capital literature review. Measurement, reporting and management. *Journal of Intellectual Capital*, 1(2), 155 – 176.
- Polanyi, M. (1983). *The tacit dimension*, Peter Smith, Gloucester, Mass: Emerald.
- Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*” New York, Free Press.
- Priem, R. L., & Butler, J. E. (2001). Tautology in the resource based view and the implications of externally determined resource value: further comments. *Academy of*.
- Prieto M., B., y Santidrián A., A. (2016). Control de gestión y creación de valor a través de los sistemas de medición del rendimiento. Documento N° 40. AECA: Madrid, España. Recuperado de: <https://aeca.es/old/tienda/pg40.pdf>
- Quinn, J. B. (1992). The intelligent enterprise: a new paradigm. *Academy of Management Executive*, 6(4): 48-63.
- Reed, K. K., Lubatkin, M., & Srinivasan, N. (2006). Proposing and Testing an Intellectual Capital- Based View of the firm. *Journal of Management Studies*, 43(4): 867- 893.

- Revilla Gutiérrez, E. (1995). *Factores Determinantes del Aprendizaje Organizativo. Un Modelo de desarrollo de productos*. Club Gestión de Calidad, Valladolid.
- Reyes P., M. (2011). *La valoración del capital intelectual y su repercusión en el patrimonio de las empresas en el país* (tesis doctoral). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú. Recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5963/Tesis%20Doctorado%20-%20Marino%20Reyes%20Ponte.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rivero, A. A., & Gutiérrez R., A. (de 2008). Capital Intelectual: Origen, evolución y desarrollo. Conceptualización. Recuperado de: <http://www.gestiopolis.com/economia/capitalintelectual.htm>
- Rodríguez A., L. V., y Villafranca S., L. J. (2005). *Importancia del capital intelectual y su medición contable dentro de las organizaciones* (tesis de pregrado). Universidad del Oriente, Maturín, Venezuela. Recuperado de: http://ri2.bib.udo.edu.ve/bitstream/123456789/1729/2/TESIS-352.67_R674i_01.pdf
- Rodríguez V., M. A., y Manrique R., J. L. (2017). *Propuesta de valoración del capital intelectual aplicando el modelo skandia navigator en la agencia compartamos financiera, sede principal de Santa Martha - Cercado - Arequipa, 2017* (tesis de pregrado). Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú. Recuperado de: http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15390/1/RODRIGUEZ_VASQUEZ_MEL_VAL.pdf
- Rojas Z., B. M. (2005). El valor económico agregado (EVA) como herramienta de gestión empresarial. Aplicación y análisis en una empresa comercial de la ciudad de Cajamarca (tesis de maestría). Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca, Perú.
- Roos, J., Bainbridge, A., & Jacobsen, K. (2001). Intellectual capital as a strategic tool. *Revista Strategic & Leadership*, 29 (4), 21-26.
- Rumelt, R. (1984). Towards a strategic theory of the firm. En R. Lamb (Ed), *Competitive Strategic Management*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 556-70.

- Sagástegui C., J. O. (2014). *El capital intelectual y su incidencia en la valorización de los activos de las MYPES de la ciudad de Trujillo* (tesis doctoral). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú. Recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4813/TESIS%20DOCTORAL%20JULIA%20OTILIA%20SAGÁSTEGUI%20CRUZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sagastegui, J., y Valiente, Y. (2014). El Capital Intelectual y su incidencia en la valorización de los activos de las Mypes de la ciudad de Trujillo, Perú. Universidad Nacional de Trujillo.
- Saint-Onge, H. (1996). Tacit knowledge: The key to the strategic alignment of intellectual capital. *Strategy y Leadership*, 2(24), 10-14.
- Sanchez M., A. J., Melián G., A., y Hormiga P., E. (2007). El concepto de capital intelectual y sus dimensiones. *Revista Investigaciones Europeas*, 13(2), 97 – 111.
- Serpa H., J. (S.f.). Capital Intelectual en entidades hoteleras cubanas. Mito o realidad. Trabajo monográfico. Santiago de Cuba, Cuba. Recuperado de: <https://www.monografias.com/trabajos15/capital-intelectual/capital-intelectual.shtml>
- Sosa A., M. a. (2013). *Capital intelectual en mercados en desarrollo* (tesis doctoral). Universidad de Sevilla, Sevilla, Paraguay.
- Spender, J. (1996). Making knowledge the basis of a dynamic theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17, 45-62.
- Stewart, T. (1998). *La nueva riqueza de las organizaciones: el capital intelectual*. Buenos Aires: Granica.
- Stewart, T. A. (1997). *Intellectual capital: The new wealth of organizations*, NY: Currency Doubleday, New York.
- Sveiby, K. (1996). *The Swedish community of practice*. Paper for PEI. Conference in Stockholm 25, October.
- Sveiby, K. E. (1997). *The New Organizational Wealth Managing and Measuring Knowledge*. Berrett-Koehler Publishers Inc. Traducido al español por Mazars

- (2000), bajo el título: La nueva riqueza de las empresas. Cómo medir y gestionar los activos intangibles para crear valor. Paris: Gestión 2000.
- Sveiby, K. E. (1998). Measuring intangibles and intellectual capital- An emerging first standard. Recuperado de: <http://www.sveiby.com/articles/EmergingStandard.html>.
- Sveiby, K. E. (2000). *La nueva riqueza de las empresas*,.Gestión 2000, Barcelona.
- Toffler, A. (1981). La Tercera Ola. Plaza & Janes, Impreso y traducido en España, ISBN: 84-01- 37066-3, (10: 29-33).
- Ugalde, N. (2011). Capital Intelectual e Innovación: Una sinergia necesaria. Ciencias Económicas, 463-474.
- Valencia Z., J. E. (2001). Nuevos conceptos de capital intelectual. *Revista CES Medicina*, 15(1), 81–90.
- Velez P., I. (2013). Métodos de valoración de intangibles. *Rev. Cuadernos latinoamericanos de administración, Bogota, Colombia*, 9 (17): 29 – 47. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409633955003>
- Vera A., J. J. J. (2018). *La información y los niveles de gestión en las organizaciones de servicios empresariales del distrito de Cajamarca – 2017* (tesis doctoral). Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca, Perú.
- Ventura, J. (1996). Análisis Dinámico de la Estrategia Empresarial: Un Ensayo Interdisciplinar. Ensayo, Universidad de Oviedo, Oviedo, España.
- Viedma, J. M. (2000). ICBS Intellectual Capital Benchmarking Systems. *International Journal of Technology Management*, 20 (5-8), 799-818.
- Viedma, M. (2001). ICBS-Intellectual and Implementing System. *Journal of Intellectual Capital*, 2(2), 148-165.
- Zapata C., G. (2017). *Capital intelectual y capacidad de innovación en un hospital de salud mental de Lima 2016* (tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/7491/Zapata_CG.pdf?sequence=1&isAllowed=y