



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
SECCION DE POSGRADO

**EFFECTO DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES Y SU INCIDENCIA EN
EL VALOR ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR
MINERO EN EL PERÚ
(2004 – 2013)**

PRESENTADA POR

VICTOR MANUEL LORET DE MOLA COBARRUBIAS

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
DOCTOR EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

LIMA – PERÚ

2014



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
SECCIÓN DE POSGRADO

**EFFECTO DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES Y SU INCIDENCIA
EN EL VALOR ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS DEL
SECTOR MINERO EN EL PERÚ
(2004 – 2013)**

TESIS

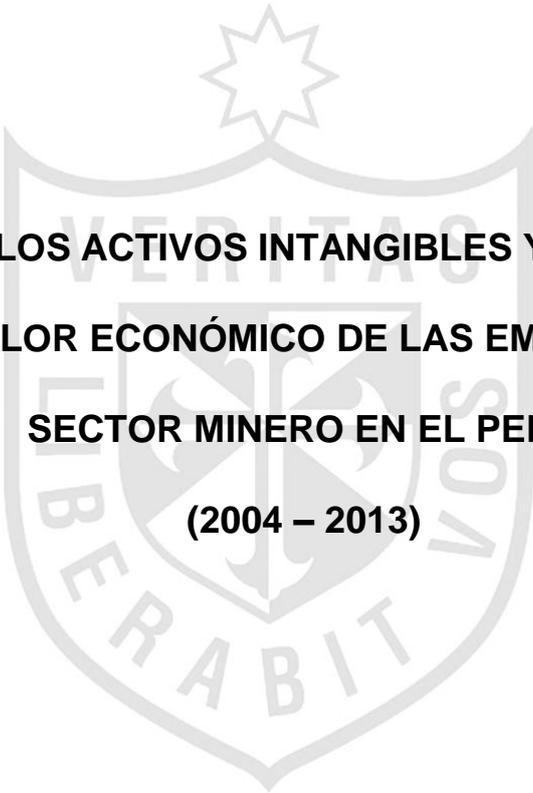
**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR
EN CONTABILIDAD Y FINANZAS**

PRESENTADA POR

VICTOR MANUEL LORET DE MOLA COBARRUBIAS

LIMA – PERÚ

2014



**EFFECTO DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES Y SU INCIDENCIA
EN EL VALOR ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS DEL
SECTOR MINERO EN EL PERU
(2004 – 2013)**

MIEMBROS DEL JURADO

PRESIDENTE DEL JURADO:

Dr. Juan Amadeo Alva Gómez

SECRETARIO DEL JURADO:

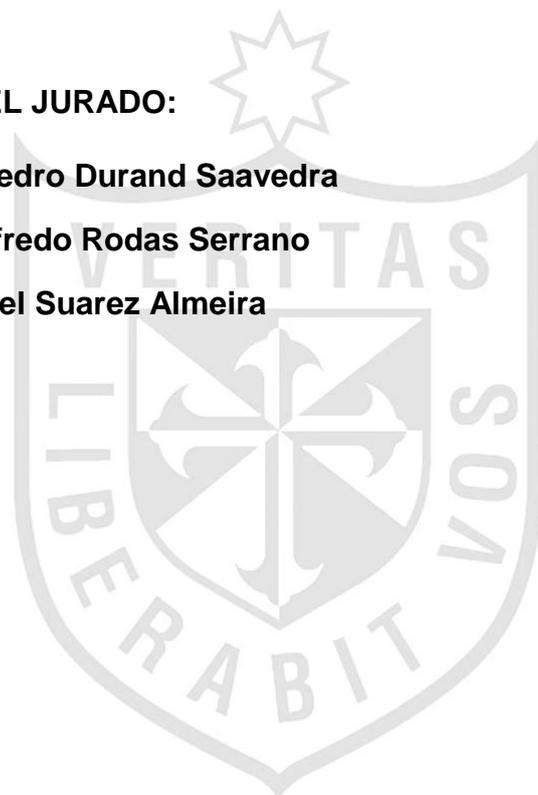
Dr. Augusto Hipólito Blanco Falcón

MIEMBROS DEL JURADO:

Dr. Demetrio Pedro Durand Saavedra

Dr. Virgilio Wilfredo Rodas Serrano

Dr. Miguel Ángel Suarez Almeira



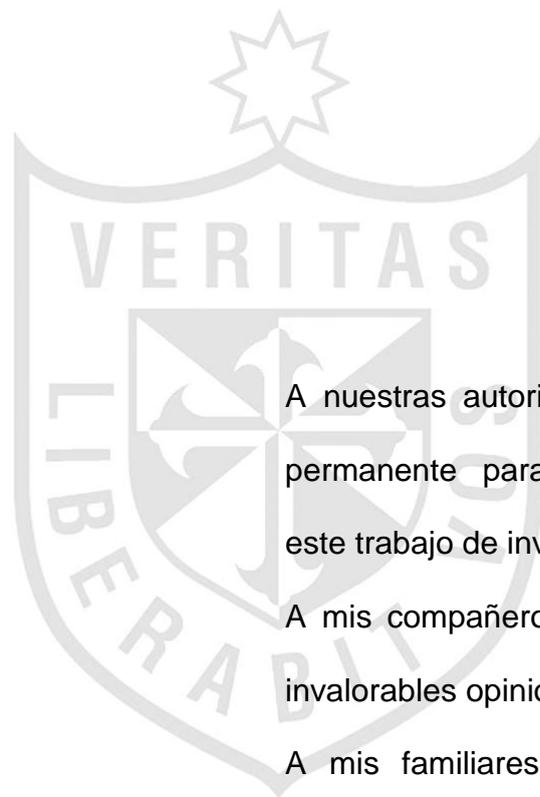


DEDICATORIA

A mi esposa

A mis Hijos

A mis Nietas



AGRADECIMIENTO

A nuestras autoridades por su aliento permanente para la culminación de este trabajo de investigación.

A mis compañeros de trabajo por sus invaluables opiniones.

A mis familiares, amigos y a todos aquellos que me brindaron su apoyo incondicional.

INDICE

PORTADA	I
TITULO	II
MIEMBROS DEL JURADO	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
INDICE	VI
RESUMEN	X
ABSTRACT	XI
RIASSUNTO	XIII
INTRODUCCION	XV
CAPÍTULO I	
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Descripción de la realidad problemática	2
1.2. Formulación del problema	7
1.2.1. Problema general	7
1.2.2. Problemas específicos	7
1.3. Objetivos de la investigación	7
1.3.1. Objetivo general	7
1.3.2. Objetivos específicos	8
1.4. Justificación de la investigación	8
1.4.1. Justificación	8
1.4.2. Importancia	9
1.5. Viabilidad del estudio	11

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	12
2.1. Antecedentes de la investigación	13
2.2. Bases teóricas	55
2.3. Definiciones conceptuales	58
2.4. Formulación de hipótesis	78
2.4.1. Hipótesis general	78
2.4.2. Hipótesis específicas	78

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA	79
3.1. Diseño Metodológico	80
3.1.1. Tipo de investigación	80
3.1.2. Métodos	80
3.1.3. Diseño	80
3.2. Población y muestra	80
3.2.1. Población	80
3.2.2. Muestra	80
3.3. Técnicas de recolección de datos	83
3.4. Técnicas para el procesamiento de la información	83
3.5. Aspectos éticos	84

CAPÍTULO IV

RESULTADOS	85
4.1 Resultados de la entrevista	86
4.2 Resultados de la encuesta	96

CAPITULO V

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

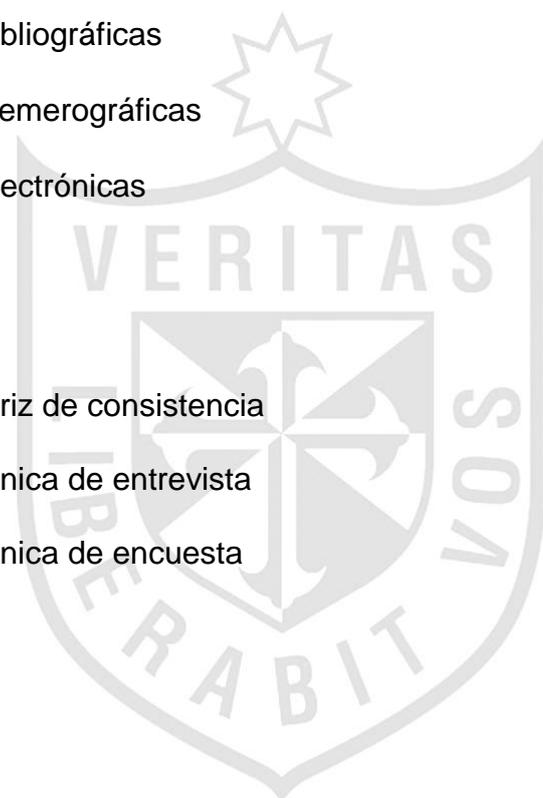
5.1. Discusión	105
5.2. Conclusiones	111
5.3. Recomendaciones.	113

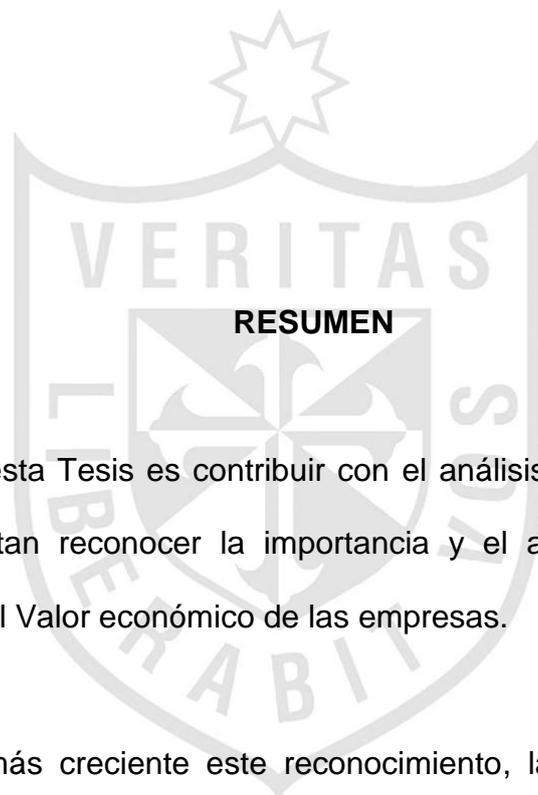
FUENTES DE INFORMACIÓN

• Referencias bibliográficas	115
• Referencias Hemerográficas	117
• Referencias electrónicas	118

ANEXOS

Anexo N° 01	Matriz de consistencia	120
Anexo N° 02	Técnica de entrevista	121
Anexo N° 03	Técnica de encuesta	125





El objetivo de esta Tesis es contribuir con el análisis de nuevos enfoques que nos permitan reconocer la importancia y el aporte de los Activos Intangibles en el Valor económico de las empresas.

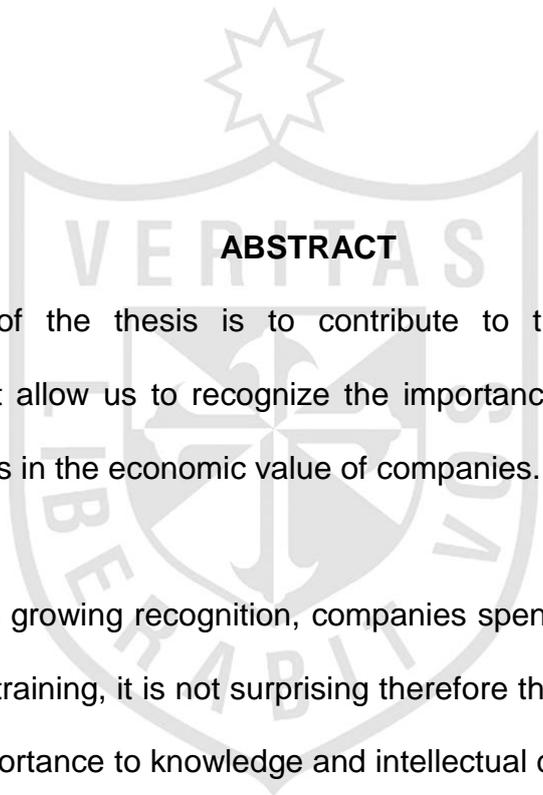
Cada vez es más creciente este reconocimiento, las empresas dedican parte de su presupuesto anual para capacitación de su personal; no es extraño por tanto que los nuevos funcionarios le asignen un papel cada vez más importante al conocimiento y al capital intelectual.

El tema de los Activos Intangibles progresa en la medida en que se desarrolla la nueva economía basada en el conocimiento, y ésta se consolida.

Los Activos Intangibles son parte importante del valor de mercado de las empresas y organizaciones en general; su análisis corresponde a la necesidad de proporcionar herramientas eficientes a las empresas para la medición y valuación de dichos recursos, que no otorga la contabilidad tradicional.

En el desarrollo de la economía que hace énfasis en el conocimiento, se ha destacado la importancia de los Activos intangibles como elementos generadores de valor, teniendo en cuenta que usualmente se da mayor importancia a los recursos físicos y monetarios, sin tener presente que la identificación de los activos intangibles es una nueva realidad; la cual le proporciona al ente que los valora mayor eficiencia y verdaderas fuentes de creación de valor.

Palabras clave: Activos Intangibles, valor de la empresa, gestión, medición, capital intelectual, tecnología, innovación y economía del conocimiento



ABSTRACT

The objective of the thesis is to contribute to the analysis of new approaches that allow us to recognize the importance and contribution of Intangible Assets in the economic value of companies.

Increasingly this growing recognition, companies spend part of their annual budget for staff training, it is not surprising therefore that new staff assigned increasingly importance to knowledge and intellectual capital role.

The issue of intangible assets progresses to the extent that the new knowledge-based economy develops, and this is consolidated.

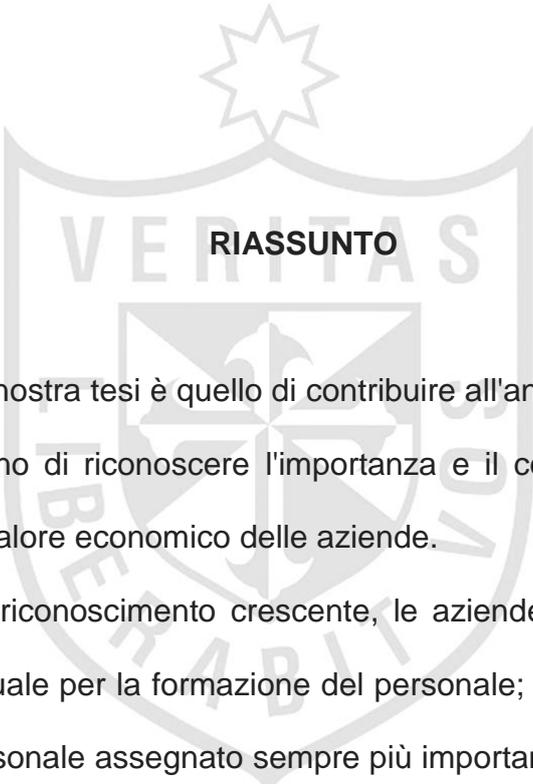
Intangible assets are an important part of the market value of companies and organizations in general, their analysis corresponds to the need for

traditional accounting, which does not provide efficient information regarding the measurement and valuation of these resources.

In the development of the economy that emphasizes knowledge, have highlighted the importance of intangible assets and value drivers, considering that usually greater importance is given to the physical and financial resources, without considering that the identification of intangible assets is a new reality; which gives the entity that values them more efficient and true sources of value creation.

Keywords: Intangible Assets, firm value, measurement, intellectual capital, technology, innovation and the knowledge economy.





RIASSUNTO

L'obiettivo della nostra tesi è quello di contribuire all'analisi di nuovi approcci che ci permettono di riconoscere l'importanza e il contributo delle attività immateriali del valore economico delle aziende.

Sempre questo riconoscimento crescente, le aziende spendono parte del loro budget annuale per la formazione del personale; Non sorprende quindi che il nuovo personale assegnato sempre più importante per la conoscenza e il ruolo del capitale intellettuale.

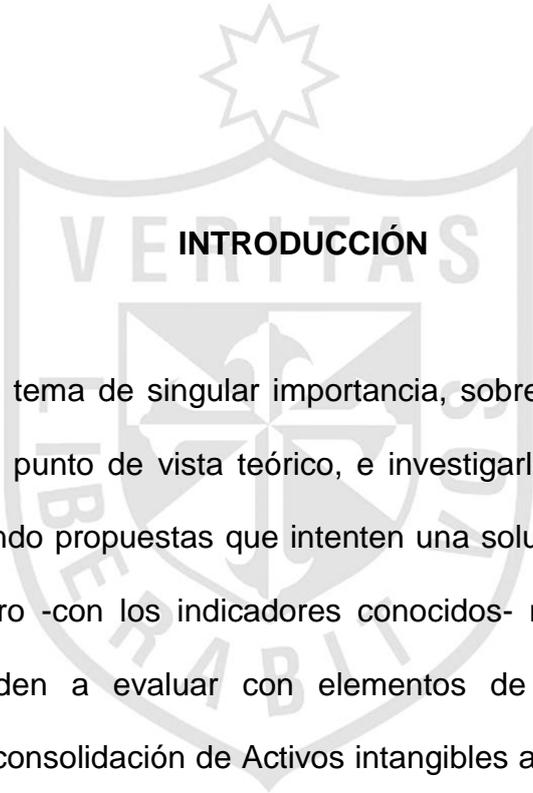
Il tema delle Attività immateriali progredisce nella misura in cui la nuova economia basata sulla conoscenza si sviluppa, e questo è consolidata.

Le attività immateriali sono una parte importante del valore di mercato delle aziende e organizzazioni in genere; analisi corrisponde alla necessità di fornire alle aziende efficienti per la misurazione e la valutazione di tali risorse, che non prevede strumenti contabili tradizionali.

Nello sviluppo dell'economia che enfatizza la conoscenza, hanno messo in evidenza l'importanza delle attività immateriali e driver di valore, visto che di solito maggiore importanza viene data alle risorse fisiche e finanziarie, senza considerare che l'identificazione delle attività immateriali è una nuova realtà; che dà l'entità che li valorizza le fonti più efficienti e veri di creazione di valore.

Parole chiave: Attività immateriali, il valore dell'impresa, di misura, di capitale intellettuale, la gestione, la tecnologia, l'innovazione e l'economia della conoscenza.





INTRODUCCIÓN

He abordado un tema de singular importancia, sobre el que es necesario debatir desde el punto de vista teórico, e investigarlo como problema sin concluir, ofreciendo propuestas que intenten una solución que incorpore al análisis financiero -con los indicadores conocidos- nuevos indicadores y ratios que ayuden a evaluar con elementos de juicio valederos, la incorporación y consolidación de Activos intangibles a la empresa para que aporten en el valor futuro de la misma.

Nuestra Tesis, respetando la estructura metodológica establecida en la Universidad de San Martín de Porres, desarrolló el Planteamiento del Problema, el Marco Teórico y la Metodología, para arribar a los resultados, discutirlos y finalmente desarrollar las Conclusiones y Recomendaciones.

En el Primer Capítulo, que corresponde al Planteamiento del Problema, se desarrolla una descripción de la realidad problemática, los inconvenientes que surgen en el análisis de los Activos Intangibles, y en ese contexto formular los Problemas y por consiguiente los Objetivos de la Tesis, la justificación y su importancia.

En el segundo Capítulo, Marco Teórico, se expresan los antecedentes encontrados en la investigación, vinculados a otras investigaciones que de alguna manera han servido de base para lo desarrollado en la presente tesis. Así mismo, se han considerado diversos aportes teóricos que la enriquecen; así como, definiciones conceptuales que hacen más viable la formulación de las hipótesis.

El Tercer Capítulo, corresponde a la metodología, el tipo de investigación; con ello se pudo definir los conceptos de población y muestra para luego determinar la muestra. Previamente se había desarrollado los conceptos vinculados a las técnicas e instrumentos para obtener los datos, y luego procesarlos, destacando los aspectos éticos que deben orientar al investigador.

En el Cuarto Capítulo, referido a los resultados, se procesó la información obtenida en la encuesta y se realizó un análisis de los datos producto de las interrogantes, elaborándose con ello los gráficos que finalmente nos permiten obtener información valiosa para interpretar.

Finalmente, en el Capítulo Quinto, se lleva a cabo la Discusión, las Conclusiones y Recomendaciones. En este proceso se ha elaborado la contrastación de Hipótesis que reafirma las conclusiones y permite arribar a recomendaciones sobre lo que consideramos aportes viables de nuestra tesis.





CAPÍTULO I
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Desde el punto de vista económico, se han dado una serie de cambios en la actividad económica y en las relaciones entre los agentes económicos.

Así tenemos que la forma cómo se relacionan las empresas, cómo se efectúan los negocios y las propias relaciones entre todos aquellos que forman parte del mercado, han evolucionado de manera significativa.

Por ello a través del tiempo, las fuentes de la riqueza han ido cambiando: antiguamente la tierra y el trabajo eran la fuente fundamental de la riqueza. Luego el capital desplazó a la tierra y pasó a ser la fuente más importante de la riqueza y aparentemente insustituible, para la adquisición de Maquinarias y Equipos, para incorporar otros activos físicos a la empresa y para realizar las inversiones de gran envergadura que les permitieran utilizar las denominadas economías de escala.

Sin embargo, a pesar de la importancia que tiene el dinero o capital, la evolución ha continuado y hoy en día los activos intangibles se han convertido en una fuente importante de valor.

Por ello el tema de los activos intangibles reviste singular importancia, dado que cada vez con mayor fuerza es reconocido su aporte al valor de las empresas. Las organizaciones cada vez generan más este tipo de activos y existe un gran interés por desarrollar los mismos, así como por su correcto tratamiento en cuanto al reconocimiento y medición por parte del sistema de información contable.

El fenómeno de la globalización ha implicado un desarrollo cada vez más intenso de las economías, se ha intensificado la competencia empresarial, pero también ha contribuido a ello el comercio que hoy en día no tiene fronteras y que los Tratados de Libre Comercio hacen más evidente. Finalmente, las reformas en las estructuras del Estado han presionado para una mayor desregulación de sectores económicos importantes y claves como las telecomunicaciones, la electricidad, el transporte y los servicios financieros. A ello debemos agregar la llegada de las tecnologías de la información, que se renuevan constantemente.

Estos dos hechos, según Baruch Lev¹ *“La riqueza y el crecimiento en la economía actual están impulsados principalmente por activos inmateriales (intelectuales). Los activos físicos y financieros se están convirtiendo en commodities”*, por esta razón las empresas deben buscar cambiar sus estructuras organizacionales para así poder hacer frente y responder de manera rápida y eficaz al cambio permanente en la economía.

Así mismo tenemos a Michael Porter², quien examina cómo las empresas y sectores de ciertas naciones son competitivos en mercados internacionales y cómo influyen en el desarrollo de dichas naciones. Porter plantea que la principal meta económica de una nación es crear un nivel de vida elevado y creciente para cada uno de sus ciudadanos a través de la productividad, cómo se emplean cada uno de los recursos de la nación, cualquiera que estos sean: económico, intelectual, humano, natural, etcétera.

¹ Baruch Lev, *Measurement and Reporting*. Brookings Institution Press. Washington D. C.

² Porter Michael, *“La ventaja competitiva de las Naciones”*, 1991

Dado el nivel de competencia en la economía actual, las empresas se ven obligadas a desarrollar mediante la innovación, alternativas superiores a las de sus competidores, para ser sostenibles en el tiempo.

En una organización es sumamente importante tener presente, cómo enfrentar a la competencia y considerar que la innovación implica el uso de tecnología moderna, para fabricar nuevos productos, la creación de nuevas formas de comercialización y consecuentemente el aumento de clientes y de ese modo lograr ventajas sostenibles. Todo ello representa lo que se conoce como Activos Intangibles.

Los intangibles solos no son suficientes para crear valor, es su interrelación lo que permite que las empresas obtengan resultados favorables. Por ello, es importante desarrollar criterios para identificar el **valor que se crea por medio de los activos intangibles**, cuestión muy difícil de manifestar en números en un balance tradicional.

Estos elementos son los que brindan un nuevo enfoque sobre la contabilidad basado esencialmente en el **conocimiento**, creando valor y crecimiento.

Es muy cierta la afirmación que dice “la era industrial se acabó - bienvenida la era del conocimiento”. Es evidente que cada día son más las empresas que se dedican a vender información y conocimiento en lugar de productos materiales. El trabajo intelectual está en ascenso, la fabricación de productos en descenso. El conocimiento se está convirtiendo en el ingrediente más importante que lo que una empresa pueda crear, vender o comprar, así mismo el conocimiento está sustituyendo a los activos tradicionales como tierra, equipos, maquinarias y mano de obra.

Podemos notar que la contabilidad ha avanzado en la medición y reconocimiento contable de este tipo de activos, admitiendo el innegable valor de los mismos en la generación de resultados, pero aún no se ha llegado a precisar la forma más adecuada en que tales recursos pueden ser incorporados al patrimonio.

Por ello es importante definir con claridad y organizar la gran masa intangible de activos intelectuales con que cuenta una empresa. Comenzaremos por separarlos en tres grupos de capital:

- Humano
- Estructural
- De cliente

La contabilidad trae consigo, entre otros, el concepto de **aproximación a la realidad**, pero cuando se trata de esta sección del patrimonio muchas veces permanece bastante alejada de ella.

Por eso, la presente tesis se centra en dos aspectos que consideramos importantes: i. El tratamiento de la problemática contable relacionada con la valuación de los activos intangibles y su reconocimiento como tales y ii. La medición de los activos intangibles directamente relacionados con el conocimiento.

Asimismo, para completar el análisis de la temática elegida, se efectuará una breve aproximación al tratamiento que reciben dichos activos en otras realidades de Latino América y del mundo y en determinadas actividades productivas como el caso de la Minería.

Hace algunos años hubiera resultado extraño hablar de los intangibles en la minería, no porque la industria minera careciera de ellos, sino porque las empresas en general no acostumbraban pensar en sus intangibles. Aunque la minería tradicionalmente ha utilizado y creado activos tangibles, también ha utilizado y generado intangibles en su negocio, haya o no sido consciente de ello.

Intangibles, como sus conocimientos de geología, de metalurgia o construcción; su capacidad para generar *joint ventures* o ganar procesos de concesión; o los modelos financieros que permiten utilizar las oportunidades que brindan los mercados de futuros y obtener precios por encima de promedio anual de los *commodities*.

Hoy algunas empresas mineras están, además, viendo en su reputación un activo intangible que debe ser gestionado. Administrar la reputación de una minera es un proceso complejo. Sin embargo, es importante hacerlo para poder desarrollar óptimas relaciones con las comunidades, sus empleados, el Estado y otros públicos claves.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿En qué medida los Activos Intangibles inciden en el Valor Económico de las empresas del Sector Minero en el Perú?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿En qué forma las Reservas de Mineral inciden en los Estados Financieros de las empresas del Sector Minero en el Perú?
- b) ¿En qué forma las labores de desarrollo minero influyen en el valor de los Activos Intangibles de las empresas del Sector Minero en el Perú?
- c) ¿De qué manera el Mineral Probado Probable influye en el Costo Financiero de las Empresas del Sector Minero en el Perú?
- d) ¿De qué manera la protección del Medio Ambiente incide en el Valor de Mercado de las Empresas del sector Minero en el Perú?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

Determinar si los Activos Intangibles inciden en el Valor Económico de las empresas del Sector Minero en el Perú.

1.3.2. Objetivos Específicos

- a) Establecer si Analizar las Reservas de Mineral inciden en los Estados Financieros de las empresas del Sector Minero en el Perú.
- b) Evaluar si las Labores de Desarrollo Minero influyen en el Valor de los Activos Intangibles de las empresas del Sector Minero en el Perú.
- c) Analizar si el Mineral Probado Probable influye en el Costo Financiero de las empresas del Sector Minero en el Perú.
- d) Evaluar si la protección del Medio Ambiente incide en el Valor de Mercado de las empresas del Sector Minero en el Perú.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Justificación

Consideramos que la presente investigación encuentra una justificación en la medida que aun cuando no es un tema nuevo, por su complejidad se ha postergado su tratamiento y discusión.

Cada día los avances tecnológicos ganan mayor presencia y configuran lo que se denomina economía del conocimiento, que viene reemplazando a la economía industrial, las formas de hacer negocios se ha modificado sustancialmente, las transacciones comerciales son cada vez más rápidas y se presentan nuevas y variadas oportunidades de negocios, algo que

hasta la fecha no se le ha dado la debida importancia, ni el tratamiento especial que requiere.

Lo anterior nos permite afirmar que cada vez es mayor la importancia de los activos intangibles y estos influyen significativamente en el valor de una empresa. Ello lo comprobamos a diario cuando comparamos por ejemplo el valor de mercado de una empresa con el valor en libros de la misma y encontramos que existe una diferencia, la misma que siempre ha existido, sin embargo esta brecha cada vez es mayor.

1.4.2. Importancia

La importancia que reviste el tema es singular pues consideramos que será un aporte al debate que requiere el tema de los activos intangibles en general.

Si analizamos la situación actual, encontramos que cada vez aparecen con mayor frecuencia nuevos activos intangibles, los que nos obliga a evolucionar de acuerdo al avance de la ciencia y la tecnología. El valor ya no es el resultado simple de una transacción, hoy en día el valor se crea o se destruye sin que haya de por medio una transacción.

Como es evidente el panorama de hoy es cambiante y distinto, diversas ciencias sociales vienen abordando el tema de los intangibles pues su tratamiento reviste un serio interés, dado que involucra la gestión de

recursos humanos y del conocimiento como uno de los grandes intangibles de nuestra época.

Como quiera que existen criterios a discrepantes respecto de la inclusión de los activos intangibles en los estados financieros de la empresa, consideramos que amerita un debate que no solo se refleje en el mundo académico sino que se puede y debe extender al mundo empresarial, dado que será el principal beneficiario de los aportes que se logren de la discusión del tema y con ello contribuir a su mayor difusión.

Por ello es que consideramos importante que el tema de los activos intangibles, por su envergadura constituya materia de debate y tratamiento nuevo en el ámbito empresarial. Le corresponde a las organizaciones gremiales que agrupan a las diversas empresas, conocer los activos intangibles, gestionarlos y valorarlos en su real dimensión.

1.5. Limitaciones del estudio

No existieron limitaciones para el estudio del tema, sin embargo la discusión y debate del tema continúa vigente y probablemente con discrepancias y coincidencias sobre el fondo, consideramos que éste se sigue enriqueciendo.

Dado las nuevas formas que adoptan los activos intangibles, existe una amplia cantidad de estudios, análisis y publicaciones sobre el presente tema investigación.

1.6. Viabilidad del estudio

El estudio se considera viable y contribuye como aporte a la discusión del tema para establecer Procedimientos de Medición y Gestión de los Activos Intangibles.





2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Para el desarrollo de la presente investigación, se ha tomado como referencia los trabajos que se detallan a continuación y que expresan el interés de investigadores y académicos en la importancia de la Valoración de los Intangibles, como una forma de determinar el aporte y su contribución al Valor de la Empresa.

Así tenemos:

- Medir los Intangibles: Claves para determinar el valor de la empresa. NEVADO PENA, Domingo; LOPEZ RUIZ, Víctor Raúl. (2007).
- Intangibles: Medición, gestión e información. LEV, Baruch. (2003).
- La ventaja competitiva de las naciones. PORTER, Michael (1991).
- Finanzas. BODIE, Zvie; MERTON C., Robert (2003).

“El Balance General contable a menudo omite algunos activos económicamente significativos: por ejemplo si una empresa se forja una buena reputación de calidad y confiabilidad de sus productos, esto no aparecerá como un activo en el balance general. De manera similar forja una base de conocimientos como resultado de investigación pasada y gasto en desarrollo o como resultado de la capacitación de su fuerza laboral, estos no aparecerán como activos. Esta clase de activos denominados **activos intangibles**... se suman al valor de mercado de la empresa y son relevantes para la toma de decisiones”.

Según Lev Baruch, “a) La contabilidad no está capacitada para reflejar una serie de activos intangibles que dan valor a la empresa que no son susceptibles de ser contabilizados.

b) También ésta se orienta a valorar los activos a costo histórico y no a su valor corriente”. El estudio realizado por Lev tiene una doble lectura, por un lado, la relevancia cada vez mayor de los activos intangibles en las organizaciones y por otro, la irrelevancia que puede tener la contabilidad”.

- Perú – Contaduría de la Nación, Norma Internacional de Contabilidad N° 38 ACTIVOS INTANGIBLES (2001).

- Análisis de Estados Financieros para la toma de Decisiones. TANAKA NAKASONE, Gustavo (2003)

“NIC 38: Activos Intangibles

Norma oficializada por Resolución N° 020-2000-EF/93.01 del Consejo Normativo de Contabilidad.

Con esta NIC queda sin efecto la NIC 4 en lo relacionado con la amortización de activos intangibles y la NIC 9 sobre costos de investigación y desarrollo”.

- La dirección de empresas. LORENZ, Christopher; LESLIE, Nicholas (1994)
- Los Activos Intangibles: Presentación de algunos modelos desarrollados, HOLLANDER SANHUEZA, Reinier

“Los intangibles tanto los adquiridos como los autogenerados hay que valorizarlos, por ello, la importancia de conocer distintos modelos que se orienten a la valorización de los intangibles en una organización.”

“El estudio de los intangibles, ha sido abordado de varios puntos de vista, ya sea como activos intangibles, activos de conocimiento, y capital intelectual, todos son términos ampliamente divulgados. Activo intangible en la literatura contable, activos de conocimiento en la literatura económica, y capital intelectual en la literatura de dirección estratégica de empresas; pero ellos se refieren esencialmente a la misma cosa: características no físicas que generan beneficios económicos futuros para la empresa”.

Como se afirma, el estudio de los Activos Intangibles y sobre todo su valorización reviste singular importancia y desde la década de los noventa el debate ha generado que se planteen diversos modelos de gestión de intangibles, por ello reseñaremos las características de las distintas propuestas al respecto.

Una evidencia que demuestra la importancia de los intangibles es que a medida que éstos adquieren mayor reconocimiento en las organizaciones, ello va en desmedro de la relevancia de la contabilidad tradicional. La justificación de este hecho se da en que la contabilidad muestra una incapacidad para reflejar fielmente todos los hechos económicos, siendo muchos de ellos no susceptibles de ser contabilizados por carecer de objetividad en cuanto a su reconocimiento. Si bien es cierto la contabilidad

entrega información reflejando la posición financiera de la empresa, ésta no responde plenamente a los requerimientos de los usuarios.

El reconocimiento de los intangibles se da excepcionalmente en la contabilidad cuando este activo está respaldado por una adquisición, en cambio cuando se trata de un activo autogenerado por la empresa u organización se omite este reconocimiento y por lo tanto no se puede reflejar en los estados financieros ni visualizar su valor. En el caso que nos ocupa, en las empresas mineras, existen evidencias de la permanente generación de intangibles y como así contribuyen o inciden en el Valor de la Empresa Minera.

Uno de los argumentos que cobra mayor vigencia es el que establecen como ejemplo, los pagos que se han efectuado por distintos conceptos de naturaleza intangible en el ámbito internacional y local, así tenemos:

- Valor de la marca más valiosa del mundo “Coca Cola” 75 mil millones de U. S. \$
- Valor que finalmente se pagó por la marca de “Cerveza Cuzqueña” 80 millones de U.S. \$. Transacción que alcanzó los US\$ 200 millones de dólares de los cuales activos tangibles constituían el 60%, es decir U. S. \$. 120 millones.

Por señalar dos casos importantes de valorización de intangibles conocidos.

A lo largo de nuestra investigación hemos encontrado no sólo definiciones interesantes de activos intangibles, sino modelos que pretenden asignar valor a estos activos y destacar su importancia.

Vamos a proceder a reseñar algunos modelos que han sido desarrollados con el objetivo de explicar, no sólo la importancia; sino también la gestión y medición de los activos intangibles:

- Balanced Business Scorecard
- Modelo Intellectual Assets Monitor
- Modelo Navigator de Skandia
- Modelo Capital Intelectual
- Modelo de New York University. Centro de Investigación de Intangibles.

- **Balanced Business Scorecard**

Modelo desarrollado por Robert S. Kaplan y David Norton, economistas norteamericanos, el Balanced Scorecard (tablero de comando o cuadro de mando) es una teoría que vio la luz en febrero del año 1992 en la prestigiosa publicación Harvard Business Review, brinda el concepto de que cada día los activos intangibles cobran más importancia y ello implica que las evaluaciones de tipo tradicional no explican suficientemente en el complejo mundo de los negocios.

El Balanced Scorecard (BSC) es una forma integrada, balanceada y estratégica de medir el progreso actual y direccionar el futuro de la organización, el cual permite convertir la visión, misión y estrategias en acción, por medio de un conjunto coherente de indicadores agrupados en 4 diferentes perspectivas, a través de las cuales es posible ver el negocio en conjunto.

Lo novedoso de este Modelo radica en que es una combinación interesante de una serie de medidas tradicionales financieras, que tienen como objetivo analizar el desempeño pasado, con medidas o factores no financieros con el fin de generar en el futuro negocios.

Kaplan y Norton inician sus investigaciones al inicio de los 90 y parten del convencimiento de que los modelos existentes de gestión

de empresas adolecen de una serie de carencias, que han dejado de ser integrales y por lo tanto devienen en obsoletos.

El concepto básico del que parte este nuevo Modelo, se basa en que los reportes financieros tradicionales se desarrollaron por empresas de la era industrial y se basan en hechos del pasado, por lo que no reflejan los factores que determinan el futuro desempeño de la empresa y ello es fundamental para las organizaciones modernas.

El proceso que se lleva a cabo en el Balanced Scorecard, parte del reconocimiento de que el objetivo de la empresa es el aumento de valor y que éste tiene relación con el beneficio obtenido. Este es el resultado de una cadena de causa efecto que se manifiesta en cuatro ámbitos: Financiero; Clientes; Procesos internos y aprendizaje y Crecimiento.

Con respecto a las ventajas del Modelo de Kaplan y Norton, se debe reconocer que al traducir la estrategia de la empresa en indicadores financieros y no financieros, permite una mejor comprensión y se convierte en un medio de evaluación del desempeño. A ello se debe agregar los esfuerzos de la dirección por alcanzar ciertos objetivos críticos.

Se puede concluir que este Modelo desarrolla el llamado tablero de mando para la gestión empresarial basado en el sistema de gestión

estratégica y es aplicable a todo tipo de empresas y así mismo a cada una de las áreas funcionales de una organización. En el proceso de evaluación de la empresa y los resultados obtenidos, permite a la dirección evaluar y ajustar tanto la estrategia como los planes de acción.

Los cambios en el entorno competitivo han puesto bajo fuerte presión los sistemas tradicionales de planeamiento, control y evaluación de desempeño empresarial basados en indicadores económico financieros.

El Balanced Scorecard es una respuesta a la necesidad de crear un marco de gestión estratégica compatible con la velocidad y las exigencias del mundo competitivo actual. Es un sistema que ofrece una metodología práctica y estructurada para dirigir el proceso operativo de una empresa hacia un objetivo global definido en la visión y traducido en un conjunto de indicadores estratégicamente desplegados por toda la organización.

- **Modelo Intellectual Assets Monitor**

Este modelo fue desarrollado por la empresa finlandesa CELEMI (<http://www.celemi.com>), firma consultora que en el año 1996 en la presentación de su informe anual, incluyó un anexo sobre los activos intangibles llamado “Intellectual Assets Monitor”.

El autor del modelo fue Karl Erick Sveiby, doctor en economía perteneciente a la Escuela Sueca de Economía e investigador de la Gestión del Conocimiento, cuya teoría principal se basa en que la importancia de los activos intangibles de una empresa, se sostiene en la diferencia que existe entre el valor de las acciones de dicha empresa en el mercado y su valor en libros. Argumenta que esta diferencia expresa que los inversionistas desarrollan sus expectativas en la generación de flujos de caja futuros, básicamente porque existen los activos intangibles.

Así mismo debemos destacar que el modelo se orienta en dos aspectos, uno hacia el exterior y el otro hacia el interior de la organización o empresa. Dependerá finalmente del tipo de usuario final para hacer una discriminación, así se orientará la información hacia usuarios externos (Clientes, Accionistas, Proveedores) o en su defecto hacia usuarios internos (Directivos).

En el desarrollo del modelo, Sveiby clasifica a los Activos Intangibles en tres categorías, lo que da origen a un balance de activos intangibles, como el que se muestra en el siguiente cuadro.

BALANCE DE ACTIVOS INTANGIBLES

	ACTIVOS TANGIBLES	FINANCIACION VISIBLE
BALANCE VISIBLE	DISPONIBLE	PASIVOS CORTO PLAZO
	REALIZABLE	PASIVOS LARGO PLAZO
	ACTIVOS FIJOS	PATRIMONIO
BALANCE INVISIBLE	ESTRUCTURA INTERNA	CAPITAL INVISIBLE
	ESTRUCTURA EXTERNA	
	COMPETENCIAS DE PERSONAS	COMPROMISOS
	ACTIVOS INTANGIBLES	FINANCIACION INVISIBLE

Fuente: Propia

Como se puede apreciar el balance invisible tiene la siguiente composición:

- a. **Estructura Interna.** Conformado por el conocimiento de la estructura de la organización, así tenemos: los procesos internos, los sistemas de información, las patentes, la cultura organizativa y así mismo las personas que se encargan de mantener dicha estructura.

- b. **Estructura Externa.** Conformada por las relaciones que se logran con los clientes y proveedores principalmente, pero también considera las marcas comerciales así como la imagen de la empresa.

- c. **Competencias de las personas.** Está conformada por aquellas competencias que poseen las personas al interior de la organización empresarial, que pueden ser: producir, procesar o presentar productos, planificar, desarrollar soluciones, considerando para ello aspectos como la educación, la experiencia, las habilidades, el conocimiento del personal, las actitudes, en resumen lo que se denomina “*Know how*”.

Según el modelo desarrollado por Sveiby, las personas constituyen el agente principal en las organizaciones y son las creadoras de la estructura interna que se expresa en la organización y también las que crean la estructura externa cuando se construye una imagen.

Siguiendo con la exposición del modelo, Sveiby desarrolló tres tipos de indicadores que pretenden medir el potencial de la empresa, es decir su futuro.

- a. **Indicadores de crecimiento e innovación.** Trata de recoger el potencial futuro de la empresa.

- b. **Indicadores de eficiencia.** Este indicador mide hasta qué punto los intangibles identificados son productivos.
- c. **Indicadores de estabilidad.** Mide y trata de mostrar el grado de permanencia de estos activos en la organización empresarial.

Sin embargo a pesar del esfuerzo, el modelo tiene algunas críticas u objeciones, siendo la principal discrepancia aquella que refiere, esta teoría del Monitor de Activos Intangibles, confunde y trata determinados intangibles como de naturaleza objetiva cuando son en realidad elementos de naturaleza subjetiva.

Por otro lado, como todo modelo es una representación de la realidad y cumple con el objetivo de llevar a un denominador común a los Intangibles a través de los indicadores para facilitar su comprensión y comparación. Para ello mostramos el cuadro de Indicadores, en el denominado Monitor de Activos Intangibles.

El Monitor de Activos Intangibles

	COMPETENCIAS	ESTRUCTURA INTERNA	ESTRUCTURA EXTERNA
Indicadores de Crecimiento/Innovación	<ul style="list-style-type: none"> * Experiencia * Nivel de Educación * Costo de Formación * Rotación * Clientes que fomentan las competencias 	<ul style="list-style-type: none"> * Inversiones en nuevos Métodos y Sistemas * Inversión en los Sistemas de Información * Contribución de los Clientes a la Estructura Interna 	<ul style="list-style-type: none"> * Rentabilidad por Clientes * Crecimiento Orgánico
Indicadores de Eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> * Proporción de Profesionales * Valor Añadido por Profesional 	<ul style="list-style-type: none"> * Proporción del Personal de Apoyo. * Ventas del personal de Apoyo. * Medidas de Valores y Actitud 	<ul style="list-style-type: none"> * Índice de Satisfacción de los Clientes * Índice Éxito / fracaso * Ventas por Clientes
Indicadores de Estabilidad	<ul style="list-style-type: none"> * Edad Media * Antigüedad * Posición Remunerativa Relativa * Rotación de Profesionales 	<ul style="list-style-type: none"> * Edad de la Organización * Rotación del Personal de Apoyo * El Ratio Rookie 	<ul style="list-style-type: none"> * Proporción de Grandes Clientes * Ratio de Clientes Fieles * Estructura de Antigüedad * Frecuencia de Repetición

Fuente: Sveiby. Intellectual Assets Monitor

- **Modelo Navigator de Skandia**

Este modelo tiene su origen en Suecia, ha sido desarrollado por la multinacional Skandia dedicada a los servicios financieros y de seguros. En el año 1991 Skandia nombra director del departamento corporativo de capital intelectual a Leif Edvinson. En el año 1995 publican el primer informe a sus accionistas, que incluyó el llamado Business Navigator que no es otra cosa que un cuadro de mando de cinco niveles:

- a. Financiero
- b. Renovación y desarrollo
- c. Clientes
- d. Recursos Humanos y
- e. Procedimientos

El modelo de Skandia desarrollado por Lief Edvinson y sostiene básicamente -coincidiendo con los anteriores conceptos-, que la diferencia entre los valores de la empresa en libros y los del mercado se debe al conjunto de activos intangibles, que no quedan reflejados en la contabilidad tradicional pero que el mercado reconoce como futuros flujos de caja. Como es evidente la necesidad de gestionar eficientemente estos activos o valores, es necesario hacerlos visibles.

Por estos conceptos el enfoque de Skandia se sustenta en que el valor de mercado de la empresa está integrado por el Capital Financiero y el Capital Intelectual.

Capital Financiero

Está representado por la información que procede del Estado de Situación Patrimonial, por lo tanto es un capital de tipo histórico.

Lo anterior nos lleva a afirmar que el valor de mercado de una entidad o empresa está conformado por el capital financiero (que constituye el pasado) y el capital intelectual (que conforma el presente y el futuro).

Capital Intelectual

Está conformado por los siguientes elementos:

- **Capital Humano**. Que es el que mide los siguientes aspectos: conocimientos, habilidades y aptitudes de las personas que forman parte de la organización. Las empresas no consiguen el valor agregado solamente a través del control de sus costos, el uso eficiente de sus recursos y el manejo de sus estrategias de comercialización. Hoy, el factor determinante pasa por el desarrollo y aprovechamiento del Capital Humano.

El Capital Humano es la base que da origen a los otros dos tipos de Capital Intelectual. Comprende el conocimiento, la competencia, los valores y el potencial innovador de los individuos dentro de la organización y su capacidad de aprender.

Tiene como característica distintiva que las empresas no lo pueden comprar, sólo contratarlo durante un tiempo determinado y utilizarlo en ese período. Para el caso de las operaciones mineras la

presencia y requerimiento de conocimiento (geólogos, mineros, metalurgistas, etc.) es de una importancia capital, pues son los que ponen en evidencia la existencia del mineral que en forma de reservas hoy, y que generara futuros ingresos a la empresa de ahí que las labores de exploración resulten significativamente trascendentales

Por ello es sumamente importante la acción empresarial destinada a atraerlo, desarrollarlo y tratar de fidelizarlo, así como también hacer funcionar la gestión de desempeño, tendiente a medirlo y controlarlo con la mayor eficiencia y eficacia posibles. Algunos de los índices que utiliza para su gestión pueden ser: número de empleados; número de ejecutivos; número de profesionales; Gastos de capacitación del personal; nivel de formación del personal; etc.

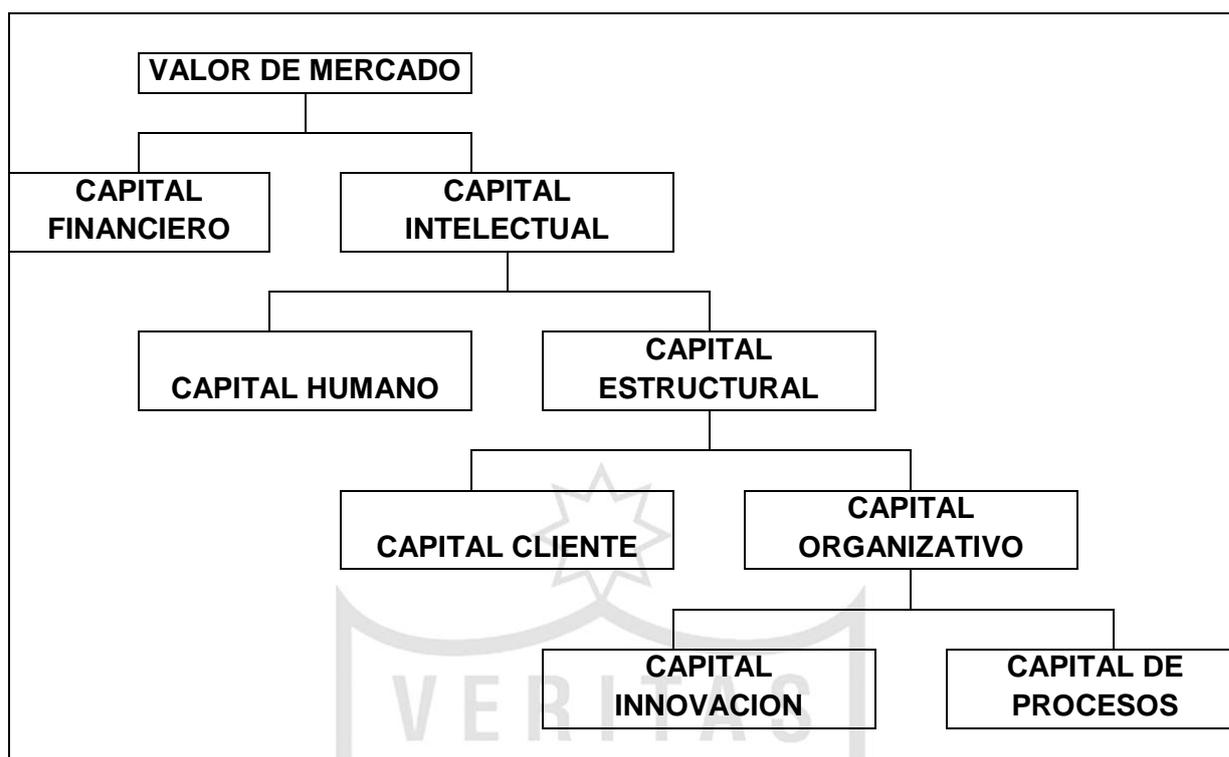
- **Capital Estructural**. Son aquellos elementos que la organización empresarial explícita, es decir define y aclara sus componentes, entre los que tenemos:
 - o **Clientes**. Es un activo relacionado con aquellos a los que va dirigido el Bien o Servicio de la organización empresarial, es decir el mercado de la empresa y con los que hay que lograr una fidelización, tener la capacidad de conformar equipos mixtos. Los índices que se pueden utilizar en este elemento son: el número de clientes activos, la cantidad de contratos vigentes con los clientes, entre otros.

- **Procesos**. Es la forma en que la organización empresarial añade valor a través de las diferentes actividades que desarrolla.
- **Capacidad de innovación**. Este elemento se refiere a la posibilidad de mantener el éxito de la empresa en el largo plazo y ello se logra mediante el desarrollo de nuevos productos o servicios y así mismo realizar labores de exploración que permitan que el horizonte o vida útil de la empresa minera cuando mínimo se mantenga o se incremente. Este elemento nos obliga a crear los siguientes indicadores, Nivel de Inversión en Investigación y Desarrollo; Niveles de inversión en exploración; Gastos efectuados en Investigación, Gastos en Administración, etc.

Esta herramienta de medición tiene la virtud de dar una visión más amplia de la empresa al incorporar a todos los elementos no financieros (capital humano; capital intelectual; Capital Clientes; Capital Organizativo: Capital de Procesos y Capital de Innovación) y por lo tanto permite una mayor visión de futuro.

Este modelo nos permite determinar que el elemento más importante que tienen las organizaciones empresariales, aparte del capital financiero es el capital intelectual, ello implica que una buena gestión de la empresa estará en función de la racionalización de estas dimensiones y de cada uno de los componentes.

ESQUEMA DE VALOR DE MERCADO DE SKANDIA



Fuente: Esquema de Valor de Mercado Skandia

El modelo permite orientar la gestión de los intangibles, para que las organizaciones puedan centrar sus esfuerzos en aquellos intangibles que constituyen una fuente de generación de valor. Aquí lo que debemos destacar es que los distintos tipos de capital son de carácter cualitativo y por ello son de difícil medición objetiva, por dicha razón no es fácil y menos objetiva y sistemática su medición. Por tal razón constituye una de las debilidades del Modelo.

Otra debilidad asignada al Modelo es que no utiliza la interacción e interrelación de cada una de las áreas que existen y por ello no utiliza las sinergias que existen entre ellas. Por ejemplo el capital intelectual está compuesto por el capital humano y el capital estructural y estos tienen una gran interrelación, así el capital humano contribuye y desarrolla el

capital estructural y mientras mejor sea el capital estructural se darán mejores condiciones para el desarrollo del capital humano. Con lo anterior podemos concluir que el valor que genera la organización empresarial no se origina en uno de los elementos de enfoque, sino de la interacción de todos y no debe la organización ser fuerte en uno o dos elementos si los demás son débiles, pues de esta forma la organización no tiene el potencial de convertir el capital intelectual en un valor competitivo, es decir como una fuente de generación de valor.

Finalmente, podemos afirmar que los usuarios de este modelo desempeñan un rol que exige de ellos un grado de experiencia y conocimiento amplio de la organización empresarial, dado que estará en función de cada empresa asumiendo su propia realidad.

- **Modelo Capital Intelectual**

Este modelo tiene su origen en la aplicación del denominado Business Network Programme, a un Programa Gubernamental en Australia, implementado por AusIndustrie. Es en esta experiencia que Dragonetti, Nicola; ROOS, Johan y ROSS, Goran (1998) realizan y desarrollan algunas concepciones respecto al Capital Intelectual, llegando a afirmar que el éxito de las principales compañías ya no se basa en los factores tradicionales de producción necesarios para su supervivencia. Las fuentes más importantes y seguras para conseguir una ventaja competitiva son ahora **el conocimiento y las relaciones** con los

clientes, proveedores y demás elementos de producción, así como la forma en que se organiza la propia empresa. Sin embargo, todos estos factores aún no forman parte del sistema de operación de la empresa y existe el peligro de que los directores los ignoren completamente, con las terribles consecuencias que ello acarrearía tanto a la empresa como a sus accionistas.

Así se desarrolla y extiende la aceptación del concepto central que sostiene que el valor de la empresa o compañía proviene básicamente de sus activos físicos y monetarios (Capital Financiero) y de sus recursos intangibles (Capital Intelectual).

Cuando Dragonetti y ROOS, hacen su definición de recurso ponen de relieve la importancia de los intangibles, así sostienen que recurso “es cualquier factor que contribuya a los procesos de generación de valor de la compañía, y que esté, de manera más o menos directa bajo el control de la propia compañía”.

Gracias a la puesta en práctica de la investigación y el estudio del capital intelectual, se ha logrado desarrollar Modelos e Instrumentos para descubrir los aspectos más importantes de los activos intangibles de la empresa. Se demuestra que el conocimiento y la información producen rendimientos crecientes, mientras que por el contrario los recursos tradicionales: tierra, trabajo y capital, generan rendimientos

decrecientes como consecuencia de la pérdida del potencial de estos recursos ya sea por agotamiento, obsolescencia o por depreciación.

- **Modelo de New York University. Centro de Investigación de Intangibles.**

Luego de los estudios del Centro de investigaciones de la Escuela Stern, bajo la dirección de Baruch Lev se propuso una definición de intangibles, pretendiendo dar una visión más completa y definitiva: “Fuentes de Beneficios económicos, que carecen de sustancia física o, alternativamente, como todos los elementos de una empresa que existen además de los activos tangibles y monetarios”.

La escuela Stern hace una diferenciación de esta definición distinguiendo dos puntos:

1. El intangible es una fuente de beneficios económicos que carecen de sustancia física, siendo una definición bastante amplia lo que pretende es establecer el potencial del intangible para generar o contribuir de manera directa o indirecta a crear valor en la empresa.

De manera directa cuando interviene en el proceso productivo, es decir en las operaciones de la empresa. De manera indirecta cuando el intangible tiene capacidad de convertibilidad, es decir de transformarse en efectivo.

2. El activo intangible se puede entender como todos los elementos de la empresa que existen además de los activos tangibles y monetarios. La significación que tiene esta afirmación es que cualquier elemento que no sea activo tangible y/o monetario, **es intangible.**

Como podemos apreciar, esta definición siendo amplia no explica algunas cuestiones importantes, como:

- El reconocimiento del intangible
- La amortización de los intangibles y
- La duración de los intangibles

Sin embargo, la Escuela Stern de la Universidad de New York contribuye a establecer una Clasificación de Intangibles, como se aprecia en el siguiente cuadro:

**CLASIFICACION DE INTANGIBLES
ESCUELA STERN
NEW YORK UNIVERSITY**

Fondo de Comercio: Valor de las empresas en funcionamiento

Otros: Relaciones ventajosas con el gobierno, acuerdos de no competencia

Capital Intelectual

- * Secretos Comerciales, Software informático internamente desarrollado , diseño y otra tecnología en propiedad.
- * Propiedad Intelectual (patentes, marcas comerciales, marcas registradas, derechos de autor) protegida por normas legales.

Valor de las Marcas

- * Capacidad de las marcas para estimular y sostener la demanda.
- * Otras capacidades de las marcas, tales como la publicidad.

Capital Estructural

- * Recursos humanos: relaciones entre la empresa y sus empleados, formación, contratos con empleados.
- * Liderazgo.
- * Capacidad organizativa para una innovación productiva.

Capacidad organizativa de aprendizaje.

Alquileres

Franquicias

Licencias

Derechos de explotación de yacimientos

Valor de la Clientela

- * Listado de Clientes y otros intangibles basados en la clientela.
- * Lealtad y satisfacción de los clientes.

Relaciones y acuerdos de distribución.

FUENTE:CAÑIBANO "La Relevancia de los intangibles para la Valoración y Gestión de empresas"

Como se puede apreciar en los modelos explicados, cada uno de ellos trata desde diversas perspectivas, sin embargo se pueden identificar elementos comunes que consideramos conveniente detallar:

1. **Capital Humano.** Se denomina así al conjunto de recursos o activos intangibles que poseen los miembros de la organización y son principalmente competencia, actitud y agilidad mental.

2. **Capital Estructural.** Es lo que se conoce generalmente como “Know How” de la organización o la empresa. Es la forma de hacer las cosas y cómo se vincula con el entorno y la capacidad para producir innovaciones.
3. **Capital Relacional.** Entendiéndose como el valor que generan para la empresa u organización, las relaciones que mantiene con el exterior, es decir con los clientes y la satisfacción de los mismos, con los proveedores, con el conocimiento que se tiene de los canales de distribución, etc.

A lo largo de esta explicación de los antecedentes, hemos observado que existen discrepancias respecto a determinar propiamente la calidad de los intangibles y si estos cumplen o no los requisitos para ser considerados como tales.

En cada uno de los modelos observados y reseñados se presenta el problema de que los intangibles resultan muy difíciles de identificar y medir de manera individual, por lo que no se cumple con el requisito establecido para ser considerado como activo, por ello se propone la construcción de un Balance de Activos Intangibles.

Clasificación de los activos intangibles

Trataremos de reseñar esta clasificación en tres grandes temas, según Serrano y Chaparro (2001), así tenemos:

- Activos Intangibles de Recursos Humanos.
- Activos Intangibles de Estructura Interna
- Activos Intangibles de Estructura Externa

Activos Intangibles de Recursos Humanos.- Se afirma que dentro de los Activos Intangibles de Recursos Humanos, los más importantes son el conocimiento y las habilidades del personal de empleados. Para medir estos activos se pueden construir diversos indicadores como los que se detallan a continuación:

- a. Nivel Académico. Se encarga de medir el nivel de titulación alcanzada, las calificaciones profesionales y los conocimientos técnicos alcanzados. Como quiera que en la planilla se producen altas y bajas, esta medición dará como resulta el incremento o disminución del nivel académico logrado.
- b. Experiencia Profesional. Este indicador se encargará de establecer los años de experiencia profesional de los empleados y así mismo poner en evidencia aquellas actividades que suponen un reto pues no se cuenta con experiencia previa.
- c. Inversión en Conocimiento. Se encarga de medir los recursos que destina la empresa en capacitación por un lado, y por otro, el tiempo que dedican los empleados a dicha actividad.

- d. Índice de Eficiencia. Con este indicador se buscará determinar, si la cantidad a producir está predeterminada, minimizar el costo para generar la producción; si por el contrario, el gasto es lo que se ha definido, se buscará maximizar el volumen de producción total y en función del número de personal determinar el valor añadido por el personal.
- e. Otros Indicadores. Pueden construirse otros indicadores, de estabilidad, de rotación de personal, del promedio de años de permanencia en la empresa, entre otros.

Activos Intangibles de Estructura Interna.- Son aquellos que tienen directa relación con la estructura interna. Se refiere a la estructura organizativa, formal e informal, a los métodos y procedimientos de trabajo, a los sistemas de dirección y gestión y todo aquello que finalmente configura la cultura y filosofía de la gestión de la empresa. Así mismo tiene entre otros componentes los sistemas de información, así como los niveles de investigación que lleva adelante la empresa.

Estos Activos al igual que los anteriores, permiten igualmente la construcción de indicadores de medición, como los siguientes:

- a. Sistemas de Información.- Las empresas organizan sus sistemas de información que comprenden: Software, Base de Datos, o la Eficiencia propiamente dicha en el manejo de las tecnologías de comunicación. Este activo es una característica propia de la empresa, que le permite brindar un mejor servicio o ser eficiente en el bien o servicio que comercializa.

- b. Investigación y Desarrollo.- Este activo intangible se nutre permanentemente de los avances que logra la empresa para su consolidación, su valor es recogido en la contabilidad asignándose como denominación el Capital Intelectual, por lo que también incluye otras propiedades intelectuales como las patentes, copyright, diseños, secretos de nuevas aplicaciones innovadoras, etc. Así mismo se debe considerar los recursos para a la investigación y para el desarrollo, incremento o disminución de los montos destinados a este rubro, y medir las posibilidades de generar recursos adicionales en el futuro a la empresa.
- c. Desarrollo de Patentes.- Se puede determinar el número de patentes que ha desarrollado una organización empresarial y el costo de mantener dichas patentes.
- d. Tecnologías de Información.- Con una vinculación directa con las bases de datos de los clientes de la empresa, mantenerlas actualizadas permite mantener su valor. Se derivan varios indicadores más, el listado de clientes; la profesión de estos; gustos y preferencias; sus lugares de fin de semana, los pasatiempos, etc. También se debe construir indicadores con aquel personal que maneja las tecnologías y el aprovechamiento por parte de la empresa, por ejemplo la información contable se debe registrar de manera que sea oportuna y permita tomar decisiones, el uso que haga la organización empresarial debe estar en función de resultados que brinden soluciones, que demuestren un buen manejo de la información.

- e. Indicadores de Innovación.-Que medirá la creación de nuevos productos, su penetración en el mercado y su relación respecto a las ventas totales de la empresa. Igualmente se podrá medir el ciclo de vida de los productos, que tiene que ver con el tiempo que tarda la organización en lanzar nuevos productos o modificar el diseño y característica original.

Activos Intangibles de Estructura Externa.- Aquí nos referimos a aquellos recursos que se encuentran fuera de la empresa, que se ubican en el mercado; a la clientela de la empresa; las relaciones que logra establecer la organización empresarial en su desarrollo, así como las alianzas que pueden resultar estratégicas.

La gestión o administración de estos activos obliga igualmente a construir indicadores que permitan su medición y por lo tanto su correcta evaluación, podemos señalar los siguientes:

- a. Activos de Mercado.- .Dentro de los activos de estructura externa estos son los más conocidos, así tenemos a las Marcas, el Prestigio e Imagen de la Empresa, la Denominación Social o las Franquicias. Cada uno de estos activos requiere ser medido para su seguimiento y evaluación periódica. Las marcas tienen un valor económico importante, se constituyen en un factor que cada día adquiere más fuerza como elemento de negociación. Cuando se presentan situaciones de adquisición o fusión de empresas, las marcas representan el activo intangible más valioso y adquieren mayor relevancia ante la inminencia de la unión.

- b. Clientela de la empresa.- Lo que se destaca de este Activo Intangible no sólo es el grupo de clientes, sino algunas manifestaciones de este grupo que resultan más importantes, por ejemplo la Fidelidad, la satisfacción de los clientes. Ello nos lleva a un indicador como resultado de medir la satisfacción del consumidor con la utilización de encuestas propias o llevadas a cabo por empresas independientes. La medición del tiempo medio de un cliente, los ingresos generados en relación al número de clientes.
- c. Indicadores de Relaciones y de Alianzas.- Este indicador tiene importancia pues mide la relación que logra una organización empresarial con sus proveedores, Bancos, instituciones, accionistas. También se deben incluir los acuerdos de cooperación así como las alianzas estratégicas, tecnológicas, de producción y comerciales.

Algunos estudios al respecto proponen agrupar los indicadores de estructura externa, en tres tipos:

- i. Indicadores que miden la clientela y la fuerza de ventas;
- ii. Los que miden la posición competitiva y
- iii. Los que miden la calidad del servicio brindado.

Indicadores que miden la clientela y la fuerza de ventas.- Este tipo de indicadores pretende demostrar la capacidad de la empresa de generar una ampliación de su mercado y por consiguiente un incremento de su clientela, lo que se reflejará en un aumento de la venta de sus productos y/o servicios. En algunos casos se considera en este rubro la cantidad de

patentes que posee una empresa, sin embargo aquí se debe aclarar que si bien es cierto que es positivo el contar con patentes, esto es así solo si se cumple el principio de que, si la patente no contribuye a incrementar el valor futuro de la empresa pues no se traduce en mayores ventas, entonces no es conveniente mantenerla y puede ser mucho más productivo venderlas. Igualmente este indicador considerará la posibilidad de las empresas de extender sus marcas de prestigio y realizar franquicias. Así mismo tenemos el esfuerzo de ventas, que permite medir el sacrificio económico de la empresa para colocar sus nuevos productos en el mercado y esto se relaciona directamente con los clientes nuevos de la empresa, que se deben comparar con el total de clientes de la organización empresarial.

Indicadores que miden la Posición Competitiva.- Este tipo de indicadores se dirige básicamente al mercado en donde la competencia es manifiesta, se requiere distinguir entre competidores directos y empresas de otros sectores que desarrollan acciones óptimas, contra las que vamos a medir nuestros resultados de eficacia. Este enfoque al exterior nos estimulará a introducir mejoras significativas; esto en razón de que las comparaciones internas para medir el rendimiento son poco reveladoras, dado que tienen la desventaja de fomentar la satisfacción mediante una falsa sensación de seguridad y de destinar mayor energía hacia la competencia interna que hacia la competencia del mercado. Igualmente se puede tomar como una referencia para la Posición Competitiva, el grado de penetración de la empresa a partir de verificar el número de visitas a su página web. Los muestreos estadísticos ayudan a verificar qué valores de la empresa

destacan en el mercado, así tenemos que la confiabilidad o la oportunidad en la entrega de productos o servicios, resultan siendo importantes guías para la empresa. Finalmente, el otro indicador para determinar la Posición competitiva es la denominada Cuota de Mercado, que es un indicador variable y depende del mantenimiento de nuestra posición en el mercado, nos ayudará a evaluar la evolución de nuestra participación y si las acciones adoptadas están dando los resultados esperados y si nuestra cuota es creciente o no.

Indicadores de la calidad de servicio brindado.- Aun cuando este indicador o grupo de indicadores tiene características subjetivas es importante su elaboración de manera transparente y fidedigna, pues permitirá adoptar medidas para mejorar. Se registrará los reclamos por productos entregados de manera defectuosa o con deterioro, por servicios deficientes de post venta, por cobertura deficiente de la garantía del producto. Todos estos indicadores, aun cuando pueden ser más los que se utilicen, nos permitirán establecer un indicador que intentará medir el grado de satisfacción del cliente, pues es al final lo que busca la organización empresarial.

Lo que debemos señalar en este punto es que los indicadores detallados son básicamente una referencia, que no necesariamente constituyen un modelo de aplicación, cada empresa deberá construir básicamente sus indicadores propios de acuerdo a la naturaleza de sus operaciones, que hará que difieran de los de otras empresas.

El manejo contable y los Activos Intangibles.

Luego de haber definido y establecido una clasificación de los activos intangibles, trataremos de reseñar cual es el tratamiento contable, lo que pone de manifiesto las diferencias crecientes entre el valor de mercado y el valor en libros de las empresas, diferencia que expresa de alguna manera el valor de los activos intangibles; por esta razón es importante y necesario analizar si el modo de registrar contablemente los activos intangibles reflejan los requerimientos de información del usuario.

La información financiera está dirigida a usuarios externos e internos de la empresa, por lo que deben ser documentos comprensibles para todos y ser útiles para la toma de decisiones.

Partimos del criterio que las personas o usuarios de la información contable suponen que ésta no contiene errores materiales y representa fielmente las operaciones que desarrolla la empresa; igualmente refleja fielmente la situación a una determinada fecha y que las estimaciones se ajustan a la realidad económica de la organización empresarial.

A las empresas que buscan extender sus actividades a través del comercio exterior se les presentan los siguientes problemas básicos:

1. Necesidad de establecer o crear marcas o calidad de productos con niveles de pureza que trasciendan las fronteras nacionales, con características globales para que sus productos puedan competir en dichos mercados.

2. La comercialización de sus productos o servicios, en el mercado local o del exterior a través de *traders* comercializadores en tiempo real y mediante la utilización de internet.
3. La comunicación de la información financiera, para que tengan acceso posibles inversores en la empresa.

Hoy en día, nos encontramos que existen algunas debilidades que aquí proponemos superar o modificar, el no incluir valores de mercado de partidas que forman parte del Activo, Pasivo y Patrimonio. El hecho más relevante es que los activos intangibles se encuentran ausentes o limitadamente incluidos en la información financiera, constituyendo una situación que consideramos debe corregirse o debatir la mejor forma de incluir estos valores.

Se puede afirmar que en la actualidad uno de los activos más valiosos de las empresas son los intangibles, habiendo superado largamente a los activos tangibles, es decir:

- Maquinarias y Equipos,
- Edificaciones y Terrenos,
- Inventarios, entre otros.

Sin embargo, existen limitaciones para el registro que exprese como resultado la información financiera, y esta limitación tiene que ver con los Principios Contables Generalmente Aceptados.

Para las ciencias contables, la medición y registro es un problema fundamental; de acuerdo a las Normas Internacionales de Contabilidad

(NIC) se define a la medición como “el proceso de determinación de los importes monetarios por los que se reconocen y llevan contablemente los elementos de los estados financieros, para su inclusión en el Balance General y estado de resultados”

Así mismo, para el tema de la medición, se debe poner atención especial a la **NIC 38 “Activos Intangibles”** que está vigente desde setiembre de 1998. Esta norma define el concepto de activo intangible como aquel **“identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física, que se tiene para ser utilizado en la producción o suministro de bienes y servicios, para ser arrendados a terceros o para funciones relacionadas con la administración de la entidad”** aquí se puede considerar a las Reservas de Mineral.

Según esta norma **“un activo es un recurso: a) controlado por la empresa como resultado de sucesos pasados, y b) del que se espera obtener, en el futuro, beneficios económicos para la entidad” (párrafo 2)**. Una vez llevado adelante el proceso de Labores de Desarrollo Minero y preparación del Mineral, las Reservas se convierten en Mineral Probado y están listas para su extracción y por lo tanto en convertirse el futuros flujos de caja de la operación y en beneficios futuros de la empresa minera.

Igualmente la norma establece **“La NIC 38 exige que la empresa reconozca en sus estados financieros el activo intangible (al costo) si, y solo si: a) es probable que los beneficios económicos**

futuros, que se han atribuido al mismo, lleguen a la empresa y b) el costo del activo pueda ser medido de forma fiable” (párrafo 3).

Lo anterior genera la primera dificultad respecto de cómo generar la información financiera sobre los intangibles, pues esta se basa en el principio del costo histórico, según el cual las transacciones deben ser registradas de acuerdo a las cantidades de efectivo que se afecten o su equivalente al momento en que se consideren realizados contablemente.

El origen de esta situación obedece a que se manifiesta una dicotomía, que se presenta entre el Valor en Libros y el Valor de Mercado. Entendiendo el Valor en Libros como el valor contable del activo; es decir, el costo del activo menos su depreciación; y el Valor de Mercado, simplemente, como el precio en el que dicho activo es considerado (o un activo similar), que se negocia en un mercado abierto.

Serrano y Chaparro (2001), y otros especialistas, afirman que las empresas u organizaciones cuentan con una contabilidad de activos tangibles. A lo largo de los siglos y en particular en las últimas décadas, los esfuerzos de académicos y profesionales de la Contabilidad han perfeccionado los sistemas contables, logrando planes de cuentas muy detallados para estos activos y adicionalmente, existe abundante bibliografía contable que trata aspectos vinculados a los activos tangibles.

Un panorama totalmente distinto es el que tiene que ver con los activos intangibles. Poco desarrollo de investigaciones sobre el particular ha impedido una mayor discusión, por ello la atención que se ha prestado a

estos activos intangibles ha sido mínima, a pesar de que en muchas empresas, el valor de estos activos y otros que no se contabilizan, es muy superior al de sus bienes tangibles.

Pucich y otros (2001), sostiene que las normas contables restringen la posibilidad de reconocer los recursos intangibles de naturaleza no identificable y autogenerados por la empresa.

Revisando las causas que mantienen esta situación de la contabilidad de activos intangibles, existen argumentos que se sustentan en una actitud conservadora, cuyo fundamento explicaremos en las siguientes líneas:

- a) La existencia de empresas que cuentan con activos intangibles, que sin embargo en un plazo considerado razonable, no generan ingresos ni beneficios para la organización, se puede considerar que éstos carecen de utilidad para la empresa.
- b) Lo efímero e incierto de algunos recursos intangibles provoca una resistencia a su reconocimiento y registro, por ejemplo “la buena imagen y sensación de seguridad” que puede irradiar una compañía de Aviación, puede perderse y desaparecer con un accidente.
- c) Es común pensar que cuando una empresa invierte en un activo tangible puede obtenerse una ganancia, por ejemplo la oportunidad de adquirir una Maquina de oferta por introducción, mientras que cuando se invierte en un activo intangible como el conocimiento, podría significar una pérdida si el destinatario de dicho conocimiento se retira de la organización.

- d) Puede existir el peligro de la contabilización repetida de un mismo hecho, por ejemplo cuando una empresa realiza la contratación de un científico destacado puede ser presentado como un activo tangible en los recursos humanos, puede contabilizarse como activo intangible desde el punto de vista de la investigación y desarrollo que lleva a cabo, o puede registrarse como imagen que logra la empresa con su presencia, en este caso debería igualmente valorarse como un riesgo potencial en el caso de dejar la empresa.
- e) Podrían considerarse algunos indicadores de capital intelectual como no relevante o discutible, como por ejemplo, aquellos indicadores que vinculan a variables subjetivas en su relación con variables objetivas. Así tenemos la relación de una variable objetiva del personal de empleados (Edad, Sexo, Años de Servicio, Profesión, etc.) con la determinación de cuál es el valor de su aporte a la empresa. Ello obliga a un mayor esfuerzo de investigación para impedir que los indicadores tengan una superficialidad cuestionable y más bien alcanzar solidez en la relación que se busca entre la variable propuesta y el valor de la empresa.
- f) Los derechos de propiedad son recursos puestos en duda, sobre todo por el hecho de los antecedentes que existen respecto a la cantidad de casos judicializados por violación de patentes, demostrando con ello la dificultad no solo para definir sino sobre

todo para mantener los derechos de propiedad cuando estamos hablando del conocimiento.

- g) La persistencia de una actitud tradicionalista, de interpretar el requisito de objetividad que debe poseer la información contable, como una limitación para la valoración y el registro de los activos intangibles. Interpretamos de la lectura de las normas que la “objetividad consiste en no influir en la conducta de los usuarios de la información contable hacia alguna dirección en particular”. Sin embargo, ¿El hecho de reconocer los activos intangibles, medidos razonablemente, le quitan objetividad y neutralidad a los estados financieros? Podríamos encontrar respuesta a esta situación en que quizás los mismos auditores y administradores se oponen en cierta medida a cualquier cambio en el sistema contable. Según los autores mencionados, ellos prefieren no exponer en sus informes nada que pueda ser cuestionado por su valor, pues resultaría bastante incomodo cuantificar recursos que son intrínsecamente difíciles de medir y luego tener que sustentar esto en una instancia que podría ser judicial, por una acción que inicie un tercero. Lo cierto es que estas actitudes subestiman al destinatario de los informes contables, al creer que desconocen los límites en la precisión de la información contable.
- h) La actitud de algunos inversionistas institucionales y así mismo de analistas financieros que consideran, por razones de seguridad, este tipo de información como privada y confidencial, por lo que,

con su registro, podrían verse afectados si este tipo de información saliera a la luz pública.

Como se aprecia, son muchos los inconvenientes y dificultades a la hora de encontrar o determinar el valor de la organización empresarial, por lo que trataremos de enfrentar dichos problemas para encontrar la información más adecuada a esos fines.

La primera diferencia que señalábamos está dada entre el Valor Contable de la empresa y su valor de Mercado, que tiene su origen en que la contabilidad no recoge y por tanto no refleja en la valoración de activos, las expectativas del mercado.

Cada vez más la innovación en el complejo mundo financiero, plantea retos importantes a la contabilidad y aun cuando se generan procesos de cambio, éstos no tienen la velocidad necesaria para materializar el cambio que requerimos.

Comúnmente se han utilizado los estados financieros de la entidad para determinar su valor, tanto frente a terceros o potenciales inversores, como para sus propios accionistas. Esta práctica ha sido utilizada con relativo éxito cubriendo las necesidades de información de su momento.

Sin embargo, en la actualidad, se han incorporado nuevos factores al análisis y determinación del valor de la empresa, entre ellos, podemos destacar como los más importantes por su capacidad de distorsión:

- El valor del Capital Intelectual,
- La Gestión del Conocimiento y

- El Fondo de Comercio o Goodwill

por mencionar algunos de ellos.

Debemos así mismo mencionar que en términos generales se reconoce el valor intrínseco que posee cada uno de estos activos de carácter intangible, sin embargo no existe consenso respecto de los procedimientos o fórmulas para determinar dicho valor y menos para incorporarlo o registrarlo en los estados financieros, sin embargo estos activos intangibles sí son reconocidos por el mercado.

Sin embargo, en la actualidad, existe consenso en señalar que el modelo contable tradicional no es suficiente para proporcionar la información requerida, para reflejar el verdadero valor económico de las empresas. Ello se debe, a que se considera que los métodos utilizados se centran básicamente en la cuantificación de los activos tangibles, olvidando la importancia creciente de los intangibles que, se han convertido en factores determinantes para generar y agregar valor en las empresas.

En este mismo orden de ideas, Cañibano, García-Ayuso y Sánchez³ (1999) plantean que: “el modelo contable tradicional resulta insuficiente debido a su incapacidad para reflejar el valor de determinadas inversiones, lo que dificulta la consideración de las actividades de innovación como variables estratégicas”. (p. 20)

Estamos en una etapa de desarrollo de las empresas, en donde la información económico financiera constituye un valioso instrumento para

³ Cañibano, García Ayuso y Sanchez, “La Relevancia de los intangibles para la Valoración y la Gestión de Empresas” (1999): Revisión de la Literatura.

la toma de decisiones; en este escenario el papel de la contabilidad es relevante en la medida en que se adecúe para dar a conocer los diferentes aspectos que conforman la información económico financiera de las organizaciones empresariales.

Pero resulta que nos encontramos en que cada vez es mayor la brecha existente entre el Valor en Libros y el Valor de Mercado o la Capitalización Bursátil. Se tiene estimaciones de que en promedio para los valores de mercado por ejemplo el Índice Dow Jones Industrial equivale a 5 veces el Valor en Libros y existen casos en que la diferencia es mucho mayor.

En Inglaterra, según Bradley (2000) profesor de la escuela de negocios de Gran Bretaña, el valor de las empresas es hasta 4.5 veces su valor en libros y en algunos casos hasta 10 veces, sobre todo cuando estas empresas poseen un componente de conocimiento o capital intelectual importante.

Este caso es mucho más común para empresas que se desempeñan en las redes o Internet, cuyo valor en el mercado se multiplica de manera increíble, Yahoo, Amazon, o Netscape, Google, Facebook, por citar algunas de las más conocidas, tienen valores en el mercado que llega a multiplicarse hasta por mil (1000) veces su valor en libros.

La empresa Yahoo!, presentaba en sus balances al 30 de septiembre de 1998, activos totales por 497 millones de dólares, mientras que su valor de mercado en la bolsa era de 18.850 millones de dólares. Analizando sus balances, la empresa exhibía números rojos y arrastraba un déficit acumulado de 44 millones de dólares. La explicación de este desfase, se encuentra en los activos intangibles que tenía la empresa -era la más visitada de Internet- que no aparecían en sus balances. (Serrano y Chaparro, 2001)



2.2. Bases teóricas

El tema de los Activos Intangibles tiene en los momentos actuales una particular importancia, sobre todo si se conoce y existe un consenso, cada vez mayor, respecto de su aporte al valor económico de la empresa.

Existen criterios que permiten explicar por qué se requiere identificar y valorizar estos activos, como afirma Ayuso. Teniendo en cuenta el lugar que los activos intangibles están ocupando en la gestión empresarial, es comprensible la preocupación de los directivos de las organizaciones por tener información útil referida a este factor clave para el éxito empresarial.

Así mismo, Ayuso, sostiene que en la actualidad es necesario plantear nuevas necesidades de información directamente relacionadas con el Capital Intelectual (*grupo de activos intangibles de una organización que, pese a no estar reflejados en los estados contables tradicionales, genera valor hoy o puede hacerlo en el futuro*) que una vez identificados faciliten su medición y control.

Por lo general, el valor real de una empresa no coincide con lo que dicen sus balances y registros contables y esto sucede porque la contabilidad sólo refleja algunos de los activos y otros los desconoce de manera absoluta. Por esta misma razón nos resulta relativamente sencillo determinar una ecuación matemática:

$$V R = V L + V N R$$

Dónde:

V R = Valor Real de la Empresa

V L = Valor en Libros

VNR = Valor no Registrado por los Libros.

Como es evidente, la incógnita a resolver es el valor de aquellos activos que no se registran contablemente y que son conocidos como “valor agregado de mercado” “conocimiento de la empresa” o finalmente “capital intelectual”.

El tema de los intangibles se selecciona tomando como base no solo la importancia que hoy en día representa para las organizaciones, sino la capacidad de desarrollar dichos activos, su correcto tratamiento en cuanto al reconocimiento y medición por parte del sistema de información contable.

Ahora bien, formalmente existe una normatividad aceptada generalmente que permite no sólo la identificación de los Activos Intangibles, sino que establece definiciones y conceptos respecto de su reconocimiento y medición, nos estamos refiriendo a la Norma Internacional de Contabilidad N° 38.

La NIC 38 define a los activos intangibles como activos identificables, de carácter no monetario y sin apariencia física, que se posee para ser utilizados en la producción o en el suministro de bienes y servicios, para ser arrendados a terceros o para fines administrativos.

Un activo y en este caso un intangible es un recurso bajo control de una entidad, como resultado de hechos pasados y del cual, la entidad espera obtener beneficios económicos futuros.

El activo intangible es identificable cuando se puede separar de otros, con fines de venta, alquiler, intercambio o distribución de los beneficios económicos futuros. La entidad que los posee tiene capacidad de restringir el acceso de terceros a los beneficios económicos futuros y estos provienen de la venta de productos o servicios, de los ahorros de costos y de otros beneficios resultantes de su uso por parte de la entidad.

Los activos intangibles además de cumplir con las definiciones establecidas en la normatividad, deben cumplir con criterios de reconocimiento establecidos. Sólo cuando es probable que los beneficios económicos futuros atribuibles al activo intangible fluyan a la entidad y el costo del activo pueda ser valorado de forma fiable, podemos decir que esta partida intangible es reconocida como un activo intangible.

La medición del valor de un activo se relaciona con la forma como ha sido adquirido. Inicialmente los activos intangibles deben ser medidos al costo, entendiendo el costo de este como el precio de compra, incluyendo cualquier otro desembolso atribuible a la preparación del activo para su uso.

Cuando la adquisición del activo intangible es una combinación de negocios, el costo será el valor razonable al momento de la adquisición; cuando existe

un mercado de estos activos es relativamente fácil determinar el valor razonable, pero si por el contrario la cotización no está disponible, se considerará el precio pagado en una transacción similar más reciente.

Cuando el activo intangible se adquiere a un valor simbólico o de forma gratuita, el costo tanto del activo intangible será el valor razonable inicial o el equivalente a un valor simbólico más cualquier desembolso atribuible a la preparación del activo para el uso al cual está destinado.

2.3 Definiciones conceptuales

Se tiene una variedad de definiciones conceptuales que establecen que estos son activos inmateriales, que no pueden ser observados físicamente.

La Norma Internacional de Contabilidad define así a los activos intangibles: “Un activo intangible es un activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física, que se tiene para ser utilizado en la producción o suministro de bienes y servicios, para ser arrendado a terceros o para funciones relacionadas con la administración de la entidad. Un activo es un recurso: (a) controlado por la empresa como resultado de sucesos pasados, y (b) del que se espera obtener, en el futuro, beneficios económicos para la entidad”

Pero así mismo existen otras definiciones conceptuales, que surgen como consecuencia de los avances de la ciencia y tecnología, que enriquecen el tema y lo hacen mucho más variado y reconocen la importancia de los activos

intangibles en tanto representan la suma de valor a la empresa, como resultado de la incorporación de información y conocimiento en las distintas actividades productivas de la entidad u organización.

Es tal la importancia que adquieren los activos intangibles que hoy para las empresas la inversión en estos representa un alto porcentaje del Activo total, llegándose a la conclusión de que la fuente de valor y riqueza económica no es la producción de bienes materiales, sino más bien la creación y manipulación de los activos intangibles.

El Dr. Eusebi Nomen⁴, especialista e investigador del tema de los activos intangibles, sostiene lo siguiente: “cualquier derecho de propiedad intelectual (DPI) del que se espere obtener beneficios económicos futuros califica como activo intangible”. Partiendo del reconocimiento de la falta de consenso sobre la definición de activo intangible reconoce como principal característica de un activo intangible la ausencia de sustancia física.

Nomen encuentra así mismo una nueva forma de identificación del intangible por la incapacidad de su delimitación: la característica que distingue a un activo intangible es la ausencia de propiedades físicas o de disposiciones legales que limiten cuantitativamente sus utilidades o su uso potencial. Así tenemos que las propiedades físicas de un terreno y su calificación urbanística limitan el número de viviendas que se pueden construir; es decir limitan su

4. Nomen, Eusebi, “VALOR RAZONABLE DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES” 2005; DEUSTO; Barcelona España.

uso. Lo mismo sucede por ejemplo con la capacidad de carga de un camión, estará limitado por las normas de circulación y ello es una limitación de uso.

Un derecho de propiedad intelectual (DPI) no tiene propiedades físicas y no existen normas que limiten el número de veces que se puede utilizar un DPI. Es decir se puede aplicar una determinada marca a una unidad de un producto o a un millón de unidades del producto. De la misma manera se puede usar el derecho de propiedad intelectual o de autor, para realizar una copia de un trabajo o un millón de copias. El costo marginal de uso de un DPI es cero (en Economía, se conoce el costo marginal cero de los derechos de propiedad intelectual).

A partir de estas investigaciones Nomen propone una nueva definición de activo intangible: “un activo intangible es un activo que carece de propiedades físicas o de disposiciones legales que limiten cuantitativamente sus utilidades”.

Las empresas suelen crear diversos tipos de intangibles a lo largo de su existencia, y más recientemente se viene desarrollando lo que se conoce como I+D+i que son las siglas de Investigación Desarrollo e Innovación. Sin embargo, parte importante del trabajo tiene que ver con el conocimiento que sustenta dicha investigación y los procedimientos que pueden adoptar las organizaciones para proteger el conocimiento, la propiedad intelectual y como consecuencia de ello valorizar los activos intangibles creados.

Nomen sostiene la importancia de “la innovación, como motor económico, es un fenómeno sistémico en el que un pequeño cambio en un factor puede

producir una gran variación en la creación de valor económico” y que existe una brecha entre los esfuerzos en I+D+i y lo que finalmente llega a la sociedad y de lo necesario que es acortar la brecha entre los inventos desarrollados y los productos demandados.

Lo anterior implica que debemos ser conscientes de la importancia de distinguir entre el desarrollo de una investigación hasta un determinado nivel y el desarrollo de una innovación para llevarla al mercado, finalmente el valor de las cosas dependerá en gran medida de lo que hagamos con ellas.

En este punto se debe desarrollar los conceptos de Evaluación, puesta en valor y finalmente valoración, Nomen considera que son “tres fases del proceso que se inicia con el germen de una investigación hasta su llegada al mercado” y que supone realizar en primer lugar un examen exigente y duro, una correcta evaluación de la investigación. La puesta en valor será consecuencia de combinar la investigación con factores adicionales que la conviertan en interesante para la sociedad, es decir para un mercado potencial, en este momento se genera una patente que proteja el producto, pero como sostiene el mismo autor “Una patente por sí sola no vale nada, es un cúmulo de gasto”, explicó, “lo que vale, es el proyecto protegido por la patente, ya que la patente solamente tiene valor potencial”. “De patentes que no han llegado a ningún lado, que no tienen valor económico alguno, está el cementerio lleno” concluye.

Finalmente tenemos la tercera fase, que es la valoración en este caso de la patente que protege el proyecto empresarial. Eusebi Nomen se refiere a los estándares y normas internacionales establecidas para ello. “Para **definir la base del valor**, señala **tres enfoques básicos**: Según el precio de un activo expuesto al mercado; según las ventajas que aporta para la entidad la propiedad de un activo y por último, según el precio razonable para un activo no expuesto a un libre mercado.

Todo lo anterior confirma la importancia cada vez mayor de los Activos Intangibles. La creciente relevancia de los intangibles genera importantes implicancias en los sistemas de valoración y gestión de las empresas. La primera llamada de atención sobre la importancia de los Activos Intangibles en la economía, surgió en la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) que mediante la utilización de datos agregados, demostró que la inversión en intangibles como la educación y la investigación y desarrollo estaban en aumento más rápido que los recursos tangibles y sugirió que de continuar dicha tendencia, la economía iba a estar cada vez más basada en el conocimiento.

Ahora bien, en el tratamiento de los activos intangibles, más allá de su reconocimiento y de la importancia cada vez mayor que adquieren, está el tema de su medición. Los activos intangibles tienen su origen en los conocimientos, habilidades, valores y actitudes de las personas, a estos activos intangibles se les denomina **Capital Intelectual**. Se consideran activos

intangibles las capacidades que se generan en la organización, cuando los recursos empiezan a trabajar en grupo.

Los activos intangibles de la organización, si son gestionados y medidos convenientemente, se transforman en una fuente de ventaja competitiva sostenible capaz de proporcionar valor organizativo y traducirse en beneficios importantes.

Las iniciativas de Gestión del Conocimiento y Medición del Capital Intelectual representan un hito muy significativo en el paso de la Era Industrial a la Economía del Conocimiento.

“En esta nueva economía el recurso por excelencia ya no son los factores económicos tradicionales – tierra, trabajo y capital – sino el conocimiento, un activo que a pesar de no lucir en la contabilidad, contribuye de forma notable a los resultados de la empresa” afirma Patricia Ordoñez (2002).

Todo ello nos lleva a plantearnos la necesidad de identificar, medir, auditar, renovar, en resumen gestionar estos activos intelectuales, siendo un factor que puede ser determinante en el éxito de las empresas en la actualidad. La búsqueda de metodologías y modelos que mejoren la gestión del Capital intelectual reconoce diversos aportes y esfuerzos realizados en los últimos años.

La idea que sostenemos es contribuir a implementar modelos de medición de activos intangibles, denominados habitualmente modelos de medición del Capital Intelectual. El problema de estos modelos es que dichos intangibles no pueden ser valorados mediante unidades de medida uniformes, y por lo tanto, no se puede presentar una contabilidad de intangibles como tal.

La organización debe proporcionar un contexto adecuado para que los individuos generen conocimiento y éste sea integrado y transferido hasta convertirse en conocimiento organizativo.

El Capital Intelectual es la variable utilizada para medir el conocimiento organizativo. Se describe como los recursos intangibles de una organización y es evaluado como la diferencia entre el valor de mercado y el valor contable de la empresa.

El Capital Intelectual está formado por capital humano, capital estructural y el capital relacional. El capital humano representa el conocimiento, habilidad y capacidad de los empleados para proporcionar soluciones a los clientes. El capital estructural está integrado por el capital organizativo y los usuarios del sistema. El Capital Relacional está constituido por las relaciones establecidas por la empresa con sus clientes, proveedores, distribuidores, inversionistas y la sociedad en general.

Existen diversos conceptos de capital intelectual como veremos más adelante, sin embargo éstos se han desarrollado a partir de la metáfora propuesta por Edvinson y Malone (1998): “una corporación es como un árbol. Hay una parte que es visible, las hojas, ramas y frutos y otra que es 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 ser sanas y nutridas. Esto también es válido para las empresas: si solo nos preocupamos de los resultados financieros e ignoramos los valores ocultos, la empresa no sobrevivirá en el largo plazo.”

TABLA 1. DEFINICIONES DE CAPITAL INTELECTUAL

AUTOR	CONCEPTO
Stewart (1991)	Es todo aquello que no se pueda tocar pero que puede hacer ganar dinero a la empresa.
Edvinson y Sullivan (1996)	Es aquel conocimiento que puede ser convertido en beneficio en el futuro y que se encuentra formado por recursos tales como las ideas, los inventos, las tecnologías, los programas informáticos, los diseños y los procesos.
Bradley (1997)	El Capital Intelectual es la capacidad para transformar el conocimiento y los activos intangibles en recursos que generan riqueza tanto en las empresas como en las naciones.
Brooking (1997)	El Capital Intelectual es la combinación de activos inmateriales que permiten hacer funcionar a la empresa, siendo ésta, a su vez, el resultado de la combinación de los activos materiales más el Capital Intelectual.
Bontis (1998)	El Capital Intelectual es la búsqueda del uso eficaz del conocimiento.
Stewart (1998)	El Capital Intelectual es la suma de todos los conocimientos que poseen los empleados y que otorgan a la empresa ventaja competitiva.
Euroforum (1998)	Es el conjunto de activos de una empresa que, pese a no estar reflejados en los estados financieros tradicionales, generan o generarán valor en el futuro para la misma.

Edvinson y Malone (1998)	Comprenden el Capital Intelectual como un conjunto que involucra relaciones con los clientes y los socios, los esfuerzos innovadores, la infraestructura de la compañía y el conocimiento y las destrezas de los miembros de la organización.
Unión Fenosa (1999)	Es el conjunto de elementos intangibles que potencian substancialmente la capacidad que tiene la organización para generar beneficios en el presente y, lo que es más importante, en el futuro.
Malhotra (2000)	Representa al colectivo de los activos intangibles que pueden ser identificados y medidos.
Roos et al. (2001)	Señalan que el valor de este Capital Intelectual viene dado por la diferencia entre el valor de mercado de la empresa y el valor contable de la misma.
Roos, Bainbridge y Jacobsen, (2001)	El Capital Intelectual de una empresa es la suma del conocimiento de sus miembros y de la interpretación práctica del mismo.
Lev, Baruch (2001)	Considera que los recursos intangibles son aquellos que pueden generar valor en el futuro, pero que, sin embargo, no tienen un cuerpo físico o financiero.
Nevado Peña y López Ruiz (2002)	Es el conjunto de activos de la empresa que, aunque no estén reflejados en los estados contables, generan o generarán valor para la misma en el 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, el capital cultural y comunicacional y que permiten a una empresa aprovechar mejor las oportunidades que otras, dando lugar a la generación de beneficios futuros.

Acerca de la Medición y Valoración del Capital Intelectual.

Siendo la presencia en la empresa de los Activos Intangibles, tan importante para la misma, es una necesidad incorporar al análisis financiero la medición de cómo evolucionan estos activos.

Es de conocido que el análisis financiero incluye los siguientes grupos de indicadores:

- Indicadores de Liquidez
- Indicadores de Eficiencia
- Indicadores de Solvencia

- Indicadores de rentabilidad

Estos indicadores nos proporcionan información acerca de la liquidez de la empresa para hacer frente a obligaciones corrientes; también acerca de la gestión de los activos tangibles y si esta gestión es eficiente o no; lo mismo sucede con los indicadores de solvencia, para determinar la independencia de la empresa respecto de los recursos de terceros y el nivel de financiamiento de los Activos con deuda y por último también permite conocer cuál es la rentabilidad de la empresa, desde el punto de vista del Patrimonio o en relación a las ventas realizadas en el período anual.

Sin embargo como es evidente este análisis siendo útil y proporcionando valiosa información para la toma de decisiones, resulta siendo insuficiente, es decir nos dice muy poco sobre la evolución, la gestión y el manejo de los activos intangibles.

Lo que pretendemos es agregar a dicho análisis, el estudio de cómo se determina la incorporación, el fortalecimiento, el mantenimiento y el desarrollo de los activos intangibles, es decir cómo una empresa no solo mantiene sino más bien incrementa sus activos intangibles y fortalece a su organización.

El objetivo de medir los activos intangibles y específicamente el Capital Intelectual, es crear indicadores que permitan establecer un valor objetivo. Estimamos que es posible identificar las actividades humanas que generan valor y con ello ventajas competitivas a la empresa.

En la literatura consultada se encuentran una variedad de indicadores tanto de carácter cuantitativo como cualitativo para la medición del capital intelectual. Pero debemos ser conscientes que las empresas tienen necesidades específicas que difieren unas de otras, es decir cada empresa tiene particularidades, por la naturaleza de su operación, que deberá construir modelos propios de valuación de intangibles.

Para el caso de las empresas del sector minero surge un tratamiento que contribuye a reconocer y valorizar el Activo Intangible. Estas incurren permanentemente en Gastos de exploración, Labores de desarrollo y preparación para hacer posible la extracción del mineral con un valor de comercialización.

Cuando hablamos de exploración, nos encontramos que aquellas empresas que han realizado denuncios de zonas que a su entender tienen un riqueza de mineral, deben llevar a cabo aquellos trabajos iniciales que permiten, luego de estudios geológicos y físico químicos, del terreno en el que se presume la existencia de mineral con un valor económico, determinar el potencial de dicha zona, si los resultados son positivos el volumen estimado constituye un intangible reconociéndose para dicho activo un valor del orden de 25% del total estimado.

Cuando la empresa minera, pasa a la etapa de labores de preparación, dicho trabajo consiste en hacer accesible la riqueza que en la exploración se ha estimado, por lo tanto se tiene que construir accesos y desarrollar las áreas que permitirán hacer realidad la existencia del mineral con el valor que previamente se consideró en la etapa de exploración, por tanto en esta etapa se confirma el

estimado previo y en base a los valores del mercado se le asigna hasta un 50% de su nueva valorización, teniendo en cuenta que ya es un mineral comprobado con los desarrollos culminados.

La última etapa previa a la explotación del mineral, es la preparación del frente para extraer el mineral, procesarlo en planta y finalmente con el producto final proceder a su comercialización. La etapa de Preparación que es la última y considera el valor de lo descubierto como Activo Intangible (Reserva Probada) hasta en un 75%.

Finalmente la etapa de explotación es cuando se hace realidad la conversión del mineral que un inicio fue potencial, con las labores de desarrollo se hizo evidente su existencia con accesos, con la preparación es una realidad que inicia su conversión en flujos reales de la operación minera y contribuye a mejorar los niveles de ingreso así como los márgenes de la empresa.

Para las empresas del sector minero, existen dos alternativas, la primera es que los gastos de exploración, desarrollo y preparación incurridos por los titulares de la actividad minera, puedan ser deducidos en el período e que se incurren. La otra alternativa es que se activen como intangibles y se proceda a su amortización en función de la vida útil de la mina o en un período de tres años.

Pueden surgir discrepancias con el procedimiento descrito sobre todo en el hecho de fijar los plazos para la amortización, dado que estos gastos no siempre se encuentran asociados a la vida útil de la operación minera y podrían presentarse

dificultades en relación a que tributariamente no se pueda llegar a deducir efectivamente los costos incurridos en exploración y desarrollo, pues el período de explotación podría resultar insuficiente para su recuperación.

Para definir con conceptos esbozados, se considera necesario describir con precisión cada etapa:

- a) Los gastos de exploración son todos aquellos desembolsos incurridos antes de empezar el desarrollo de una mina, con el fin de determinar la probable existencia de mineral y así obtener su localización, la extensión y la calidad. Entre estos gastos se encuentran, los gastos en estudios de Geología, de geofísica, perforación, análisis químicos, construcción de galerías de exploración, etc.
- b) Los gastos en labores de desarrollo, se refieren a aquellos desembolsos que son necesarios para conducir el descubrimiento inicial a una etapa de producción y comercialización y tiene que ver con trabajos para remover la tierra, excavar, construir caminos y túneles de acceso al yacimiento.
- c) Finalmente la etapa de explotación, se incurren en desembolsos por lo que se denomina labores de preparación que implica construir socavones, pozos, galerías, chimeneas, remover el material estéril, edificar campamentos, instalar Plantes de Procesamiento, del Agua, de Energía, construir carreteras, etc.

Para continuar con el tema de los mejores indicadores para nuestra evaluación, debemos referirnos a los denominados Metrics, que vienen a ser formas de medir la contribución de algunos hechos o actividades a la creación de valor en una empresa, sobre todo si son medidas financieras que toman en cuenta los aportes de las diversas forma de Capital, ordinario, intelectual, humano, etc.

METRICS

Un *metric* ideal debería estar relacionado con factores creadores de valor que son controlables por los responsables de la organización, debería ser fácilmente comprensible y no manipulable, consistente en el tiempo, para permitir comparaciones, y debería motivar el comportamiento de los empleados en la dirección que se desea.

Indicadores y/o fuentes relacionados con la creación de valor:

VALOR DE MERCADO AÑADIDO (VMA)

Una interesante métrica de valoración es el Valor de Mercado Agregado, o su denominación en inglés Market Value Added (MVA).

Esta es la diferencia entre el valor de mercado de una empresa menos la suma de todos los aportes de capital sobre la misma. Es decir, El MVA es la diferencia entre el valor de mercado de todas las acciones de una empresa y el valor contable de dichas acciones (recursos propios, es decir capital más reservas). Dado que los recursos propios representan el capital invertido, el MVA es en

cierto modo una medida del valor creado o añadido a dicha inversión, tal como lo percibe y pone de manifiesto el propio mercado.

No obstante, esto no es exactamente así, porque el MVA no tiene para nada en cuenta lo que los accionistas han venido recibiendo de dicha inversión en forma de dividendos u otras formas de retribución directa. Matemáticamente puede probarse que el MVA debería ser en cualquier momento el valor actual de los EVA's futuros esperados.

Cálculo del MVA: El MVA se puede determinar mediante la siguiente fórmula:

$$\text{MVA} = \text{Valor de Mercado} - \text{Capital Aportado Total}$$

Esto es:

$$\text{MVA} = \text{VM} - (\text{Valor Mercado de la Deuda} + \text{Capital Accionario})$$

Entre más alto sea el MVA, mayor valor de mercado ha sido creado por la empresa. De ser negativo el MVA, significa que la gerencia no ha sido capaz de crear valor para todos los inversionistas de la empresa.

Teóricamente, entre más se invierta en la empresa, mayor debería ser su MVA, pero no necesariamente pues eso depende de la percepción de los mercados sobre la empresa. Es importante reconocer que el MVA no toma en cuenta para nada el costo de oportunidad del capital (WACC). Además, el MVA no puede utilizarse a nivel divisional de una empresa, pues no podemos determinar el valor de mercado de una división. Por último, el MVA no puede usarse para empresas de capital privado.

Caso Aplicativo:

Se supone el lanzamiento de una nueva empresa, financiada exclusivamente con capital, para explotar un nuevo negocio que se va desarrollando progresivamente con una mayor eficiencia pasando paulatinamente de un beneficio nulo el primer año a un beneficio de 4 millones de euros el año 7, momento en el que la empresa se estabiliza manteniendo dicho beneficio a partir de entonces. El capital inicial es de 10 millones de euros, invertido íntegramente desde el principio en inmovilizado y en necesidades operativas de fondos, NOF (circulante neto de pasivos espontáneos). La empresa reinvierte en inmovilizado una cantidad igual a las amortizaciones practicadas cada año, de forma que el volumen de inmovilizado neto y la capacidad de producción permanece constante. Se supone que el volumen de NOF es también constante desde el inicio, con lo cual la empresa no necesita retener fondos y distribuye todo el beneficio como dividendo. El coste del capital es de 12%.

Para hacer el ejemplo más didáctico, supondremos que el valor de las acciones será en cada momento el valor actual de los flujos de fondos futuros previstos para las acciones en aquel momento, descontados al coste del capital. Al transformarse el flujo de fondos en una perpetuidad, a partir del final del año 6, el valor de la empresa se mantiene constante en 33,33 millones de euros y los accionistas reciben anualmente 2,8 millones de euros, lo cual representa el 12% de su inversión. Naturalmente los 33,33 millones de euros constituyen también el valor residual del flujo de fondos calculado. En estas condiciones, calculamos el valor de mercado de las acciones, MVA y los aumentos de MVA de dichas acciones y lo graficamos de la siguiente manera:

Año	Inversiones menos Amortización	Valor Contable (1)	Valor mercado a fin de año (2)	Valor de mercado añadido MVA (2)-(1)	Aumento Anual del MVA
0	-10,000		21,193	11,193	11,193
1	0	10,000	23,737	13,737	2,544
2	0	10,000	26,185	16,185	2,448
3	0	10,000	28,527	18,527	2,342
4	0	10,000	30,750	20,750	2,223
5	0	10,000	32,440	22,440	1,690
6	0	10,000	33,333	23,333	893
7	0	10,000	33,333	23,333	0
8	0	10,000	33,333	23,333	0
9	0	10,000	33,333	23,333	0
10	0	10,000	33,333	23,333	0

Fuente:

ECONOMIC VALUE ADDED (EVA).

El EVA, o valor económico añadido pretende solventar buena parte de las limitaciones de los indicadores financieros tradicionales. Ésta es la razón por la cual, si el EVA pretende cubrir los vacíos que dejan los demás indicadores, debería:

- Calcularse para cualquier empresa y no sólo para las que cotizan en bolsa.
- Poder aplicarse tanto al conjunto de una empresa como a cualquiera de sus partes (centros de responsabilidad, unidades de negocios, filiales, etc.)
- Considerar todos los costos que se producen en la empresa, entre ellos el costo de la financiación aportada por los accionistas.
- Considerar el riesgo con el que opera la empresa.
- Desanimar prácticas que perjudiquen a la empresa tanto a corto como a largo plazo.

- Aminorar el impacto que la contabilidad creativa puede tener en ciertos datos contables como las utilidades.

Además, el EVA debería tener las ventajas que tienen los indicadores tradicionales, como: claridad, facilidad de obtención y alta correlación con la rentabilidad del accionista.

Cálculo del EVA: Para calcular el EVA, es necesario determinar.

- El BAIDT (beneficio antes de intereses pero después de impuestos)
- El WACC (costo promedio del capital) y el capital en cada ejercicio.
- La retribución que esperan los inversores por aportar el capital. Este concepto se determina multiplicando el costo del capital o tasa WACC por el volumen de capital o activos que genera dicho BAIDT.

$$\text{EVA} = \text{BAIDT (t)} - \text{WACC} * \text{Capital invertido}$$

Los principales aspectos de consideración en relación con este indicador son los siguientes:

- El EVA es un indicador de carácter financiero que no explica las causas de las ineficiencias operacionales ocurridas durante un ejercicio e ignora los flujos de caja producidos por el negocio.
- El EVA es un indicador orientado a corto plazo.
- El EVA tiene una naturaleza histórica; pues mide el exceso (valor añadido) del resultado operativo sobre el costo total de financiar los activos que

generan dicho resultado operativo y no contempla las expectativas futuras; por lo que no puede ser un indicador de creación de valor.

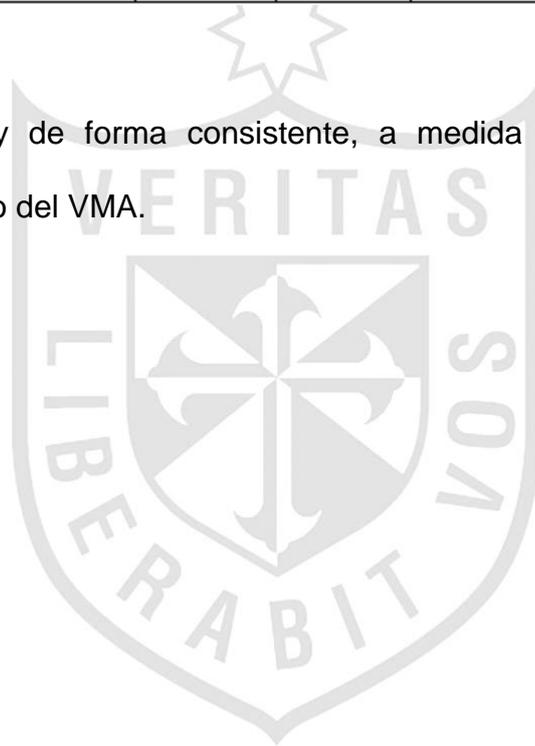
- Un EVA positivo en un ejercicio no significa que una empresa haya creado valor, al igual que un EVA negativo no significa que una empresa haya destruido valor en dicho ejercicio.
- El EVA considera el costo total de financiar los activos que generan el resultado operativo porque incorpora el costo de los recursos propios como los de terceros.

Caso Aplicativo:

Utilizando el caso planteado anteriormente, el EVA producido en cada ejercicio coincidirá con el beneficio económico y será igual al beneficio neto menos el coste del capital, que habíamos supuesto que era 12%. Dado que no hay deuda, para calcular el coste de los recursos empleados debemos aplicar esta tasa a la inversión neta que permanece constante con un valor contable 10 millones de euros, porque no hay retención de beneficios ni ampliaciones de capital. En estas condiciones tendremos que: $EVA = \text{beneficio} - 1,2 \text{ millones de euros}$, y ello se cumplirá todos los años.

Año	Valor Contable	Beneficio del año (1)	Costo de los recursos (2)	EVA (1)-(2)	Flujo de fondos
0					-1000
1	10,000	0	-1200	-1200	0
2	10,000	400	-1200	-800	400
3	10,000	800	-1200	-400	800
4	10,000	1200	-1200	0	1200
5	10,000	2000	-1200	800	2000
6	10,000	3000	-1200	1800	3000
7	10,000	4000	-1200	2800	4000
8	10,000	4000	-1200	2800	4000
9	10,000	4000	-1200	2800	4000
10	10,000	4000	-1200	2800	4000

En cualquier caso y de forma consistente, a medida que aumenta el EVA disminuye el aumento del VMA.



2.3. Formulación de hipótesis

2.3.1. Hipótesis general

Los Activos Intangibles inciden favorablemente en el Valor Económico de las empresas del Sector Minero en el Perú.

2.3.2. Hipótesis específicas

- Las Reservas de Mineral inciden en los Estados Financieros de las empresas del Sector Minero en el Perú
- Las Labores de Desarrollo Minero influyen en el Valor de los Activos Intangibles de las empresas del Sector Minero en el Perú
- El Mineral Probado Probable influye en el Costo de Financiamiento de las empresas del Sector Minero en el Perú.
- La Protección del Medio Ambiente incide en el Valor de Mercado de las empresas del Sector Minero en el Perú.



3. METODOLOGÍA

3.1. Diseño Metodológico

La presente investigación tiene el siguiente enfoque:

- a. Explicativa: Porque se están planteando problemas de investigación que requieren de la explicación racional y de los efectos que tiene en el patrimonio de las empresas.
- b. Estrategia Prospectiva: pues se persigue realizar nuevas propuestas para el tratamiento de los activos intangibles y se espera conseguir los resultados que se plantean en las hipótesis.

3.2. Población y muestra

Población (N)

Conformada por 80 operadores de la Bolsa de Valores de Lima entre damas y caballeros, funcionarios de empresas que cotizan y mantienen una frecuencia de negociación, correspondientes a los años 2010 - 2014

Muestra (n)

La muestra ha sido determinada mediante la fórmula de muestreo aleatorio simple para estimar proporciones o utilizadas para técnicas de encuesta y entrevistas cuya expresión es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 (p) (q) N}{\epsilon^2 (N - 1) + Z^2 (p) (q)}$$

Donde:

N: Conformada por 80 operadores de la Bolsa de Valores de Lima entre damas y caballeros, correspondientes a los años 2010 - 2014

Z: Valor de la abscisa asociado a la curva normal y a un nivel de confianza. ubicado en la tabla estadística normal estándar, en todo trabajo de investigación la confianza varia $90\% \leq \text{confiabilidad} \leq 99\%$; para el presente trabajo se ha utilizado el 99% de confianza siendo el valor equivalente de **Z=1.96**

p: Proporción de operadores varones de la Bolsa de Valores de Lima, para el caso del presente trabajo de investigación el valor de $p = 0.9$, obtenido por muestra piloto.

q: Proporción de operadores mujeres de la Bolsa de Valores de Lima, para el caso del presente trabajo de investigación el valor de $q = 0.1$, obtenido por muestra piloto

ε: Es el margen de error existente en todo trabajo de investigación y este parámetro varía entre el $1\% \leq \epsilon \leq 10\%$, para el presente trabajo se ha considerado un error del 8.5% (**ε= 0.085**).

n: Tamaño óptimo de la muestra por determinar:

Reemplazando:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.9) (0.1) * 80}{(0.085)^2 (80-1) + (1.96)^2 (0.9) (0.1)}$$

$$n = \frac{27}{0.9}$$

$$n = 30$$

Siendo 30 el tamaño de muestra ideal para realizar las encuestas y entrevistas.

La población objetivo a investigar está conformada por funcionarios de empresas que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima y que tiene una destacada cotización y una frecuencia de negociación importante y así mismo se recurrirá a destacados profesionales y académicos.

Se ha establecido una muestra representativa de dichos funcionarios así como a profesionales y académicos especialistas.

3.3. Técnicas de recolección de datos.

Las técnicas que se utilizaran para la recolección de datos serán:

- Entrevistas y
- Encuestas.

Se elaborara el cuestionario para las entrevistas y encuestas siguiendo la línea de investigación, que establecerá los siguientes temas:

- El Conocimiento
- El Capital Intelectual
 - Capital Humano
 - Capital Estructural
 - Capital no explicitado
- Instrumentos de medición
- GoodWill
- Indicadores de Capital Intelectual

3.4. Técnicas para el procesamiento de la información

Como se ha desarrollado en la parte correspondiente al Planteamiento del problema, consideramos que se debe seguir con la estructura del proyecto para el diseño de las entrevistas y encuestas.

Es decir lo que se buscara es resolver el problema principal planteado a partir de cumplir con los objetivos de la investigación, tratando de encontrar en los entrevistados el conocimiento y los aportes al debate del tema que enriquezcan el desarrollo teórico.

3.5. Aspectos éticos

En el desarrollo de la presente tesis se consideran los principios éticos que rigen a todo profesional honesto así mismo, manifestamos que se trata de una investigación de carácter original.

Se tendrá en cuenta, el conjunto de principios morales y normas de conducta en la investigación, en el entendido, que la ética debe representar uno de los principales atributos en una profesión y considerando, que la ética se relaciona a la filosofía de la conducta humana. Finalmente se han respetado los derechos de autor en la forma que determina la ley.

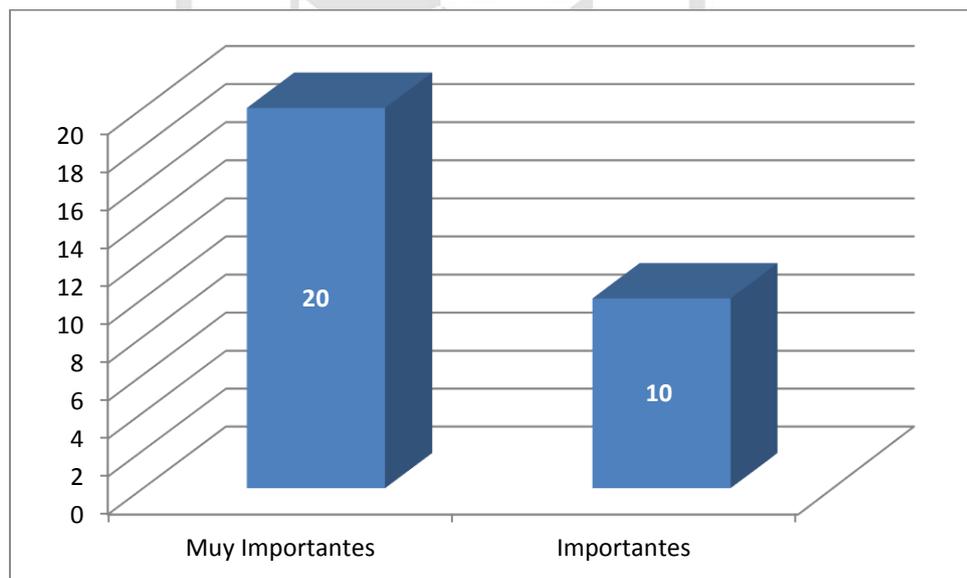


CAPÍTULO IV
RESULTADOS

ENTREVISTA

Instrucciones: la presente técnica tiene como finalidad recoger información importante relacionada con el tema **“Los Activos Intangibles y su aporte en el Valor económico de la Empresa”**. Sobre el particular, se le solicita que en las preguntas que a continuación se adjuntan, tenga a bien responder en forma clara, ya que la información que nos proporcione será de gran utilidad para el estudio. Esta técnica es anónima, se agradece su participación.

1. En su opinión, ¿cuál es la importancia que revisten los Activos Intangibles en las empresas que cotizan en La Bolsa de Valores?

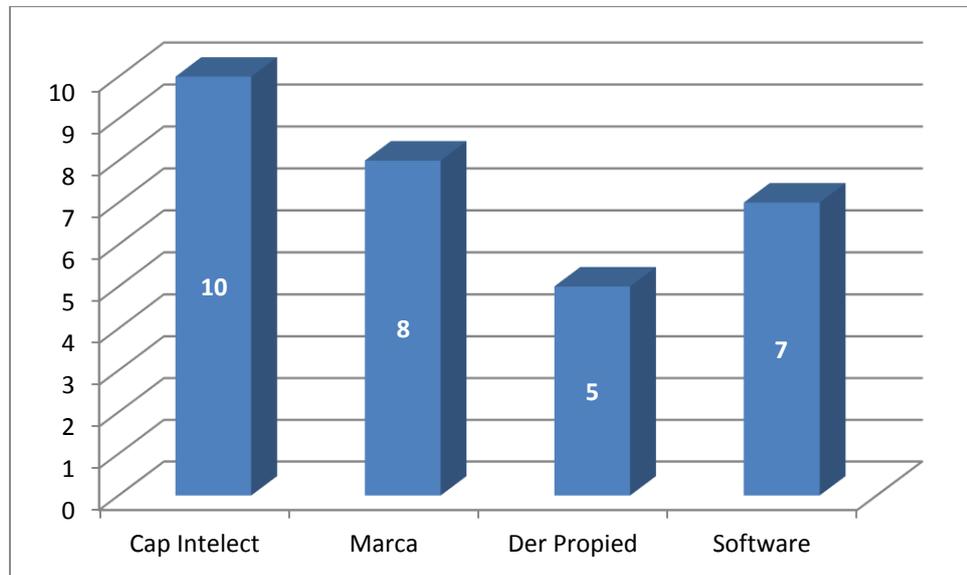


Análisis e Interpretación.-

Respecto a la pregunta 1 formulada a 30 encuestados, se obtuvo el siguiente resultado al finalizar el procesamiento de datos: 20 encuestados que representan al 67% contestaron que los Activos Intangibles son muy

Importantes, 10 encuestados que representan el 33% respondieron que sólo son importantes.

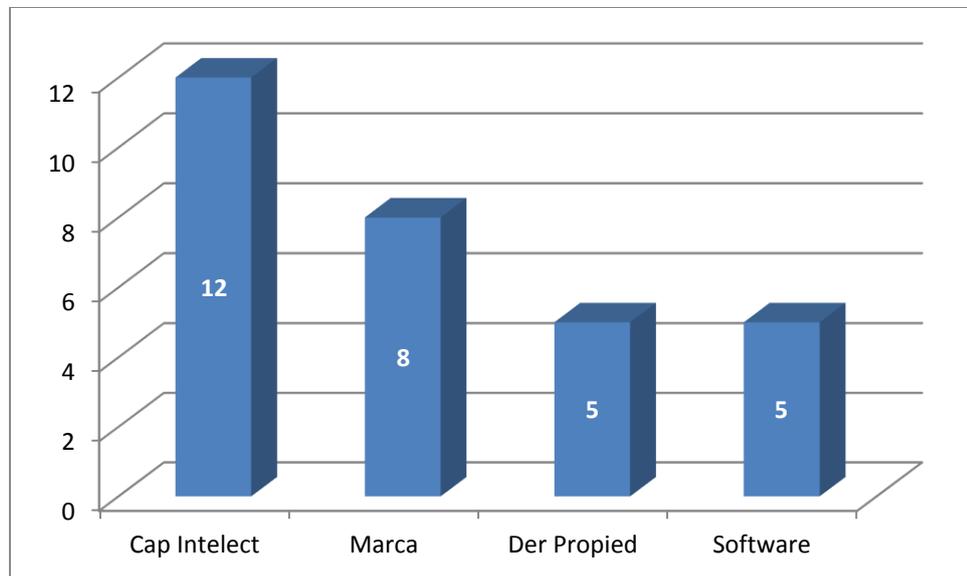
2. ¿Cuál de los siguientes Activos Intangibles considera más importante? El Capital Intelectual, La Marca, Los derechos de propiedad, el software desarrollado por la empresa u otros (menciónelos).



Análisis e Interpretación.-

Respecto a la pregunta 2 formulada a 30 encuestados, se obtuvo el siguiente resultado al finalizar el procesamiento de datos: 10 encuestados que representan al 33% contestaron el Capital Intelectual, 8 encuestados que representan el 27% respondieron que La Marca, 5 encuestados que representan el 17% respondieron que los Derechos de Propiedad y 7 encuestados que representan el 23% respondieron que el Software.

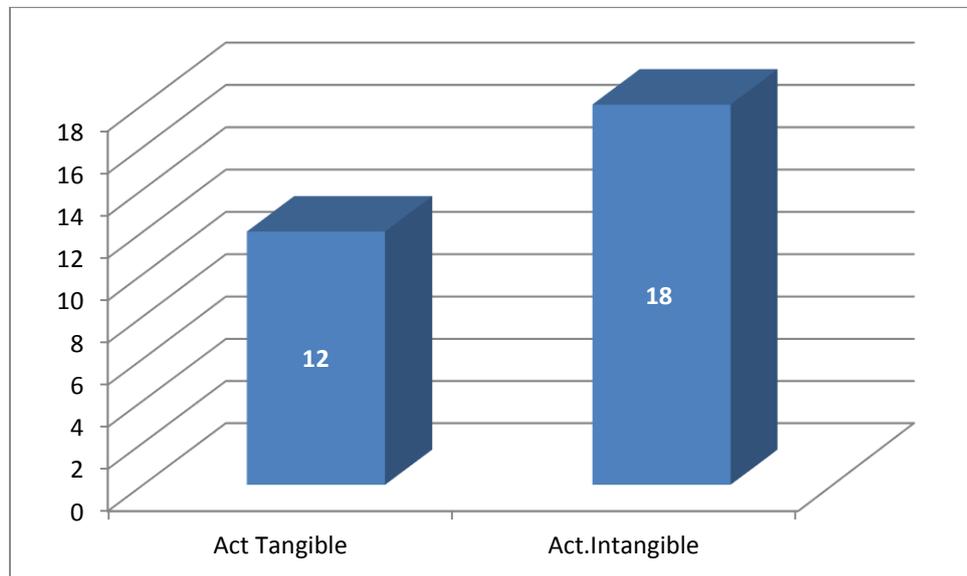
3. Mencione usted los Activos Intangibles que identifica en su empresa.



Análisis e Interpretación.-

Respecto a la pregunta 3 formulada a 30 encuestados, se obtuvo el siguiente resultado al finalizar el procesamiento de datos: 12 encuestados que representan el 40% contestaron identificando el Capital Intelectual, 8 encuestados que representan el 27% respondieron que La Marca, 5 encuestados que representan el 17% respondieron que los Derechos de Propiedad y 5 encuestados que representan el 17% respondieron que el Software.

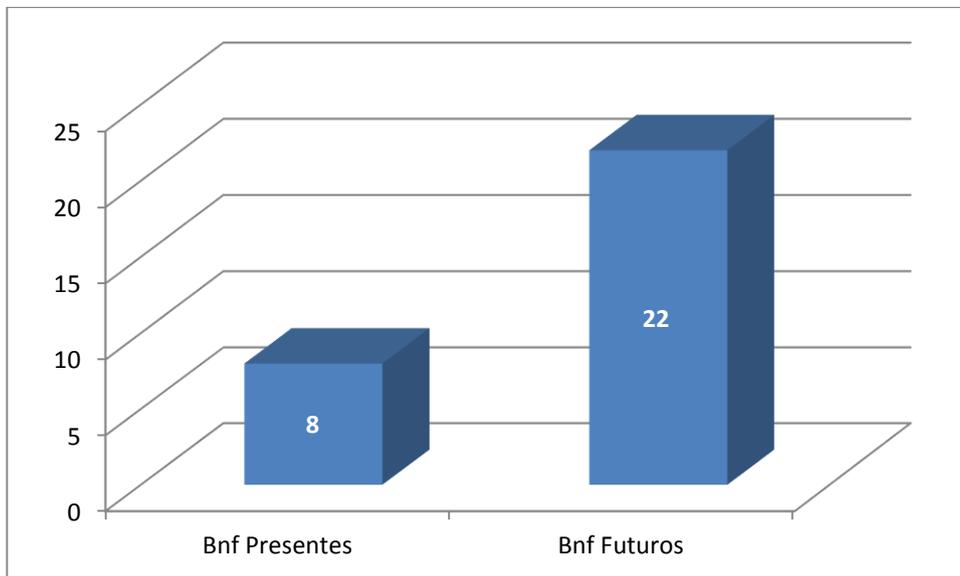
4. En este momento, ¿cuál considera usted que sea el activo más importante en su empresa, el activo tangible o el activo intangible?



Análisis e Interpretación.-

Respecto a la pregunta 4 formulada a 30 encuestados, se obtuvo el siguiente resultado al finalizar el procesamiento de datos: 12 encuestados que representan el 40% contestaron el Activo Tangible, 18 encuestados que representan el 60% respondieron que el Activo Intangible es el más importante en su empresa.

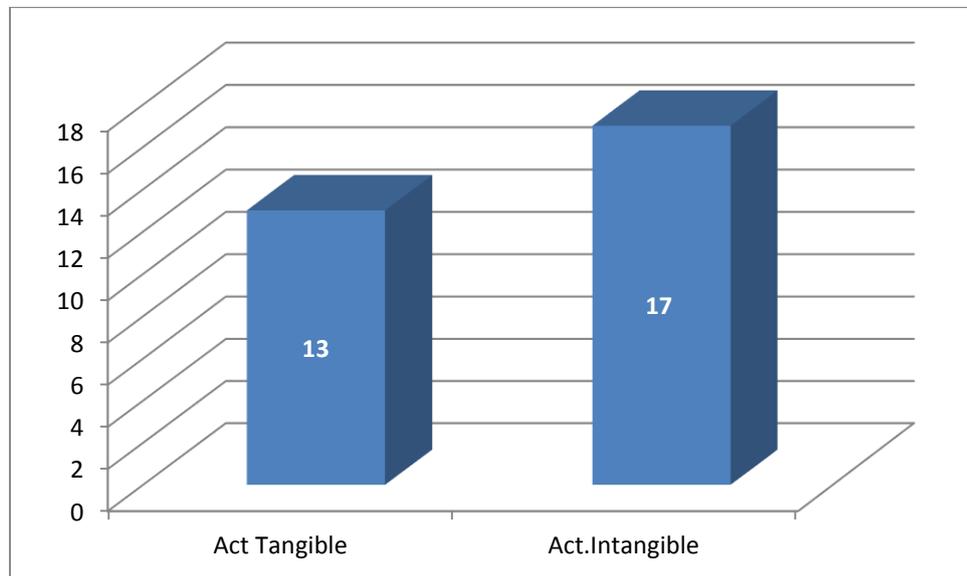
5. ¿La respuesta a la pregunta anterior, está en función de los beneficios presentes que genera el activo o por los beneficios futuros que generará?



Análisis e Interpretación.-

Respecto a la pregunta 5 formulada a 30 encuestados, se obtuvo el siguiente resultado al finalizar el procesamiento de datos: 8 encuestados que representan el 27% contestaron que el activo más importante de su empresa se eligió en función de los Beneficios Presentes, 22 encuestados que representan el 73% respondieron que eligió en función de los Beneficios Futuros de la empresa.

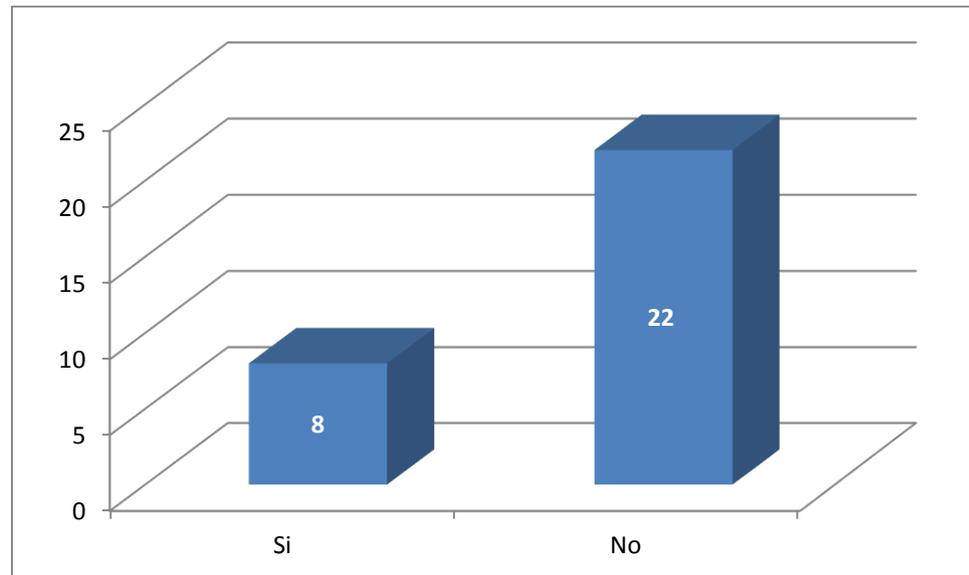
6. ¿Qué factores serán determinantes para el desarrollo de su empresa, qué activos permitirán dicho desarrollo?



Análisis e Interpretación.-

Respecto a la pregunta 6 formulada a 30 encuestados, se obtuvo el siguiente resultado al finalizar el procesamiento de datos: 13 encuestados que representan el 43% contestaron que el desarrollo de su empresa lo permitirá el Activo Tangible, 17 encuestados que representan el 57% respondieron que dicho desarrollo será por el uso de sus Activos Intangibles.

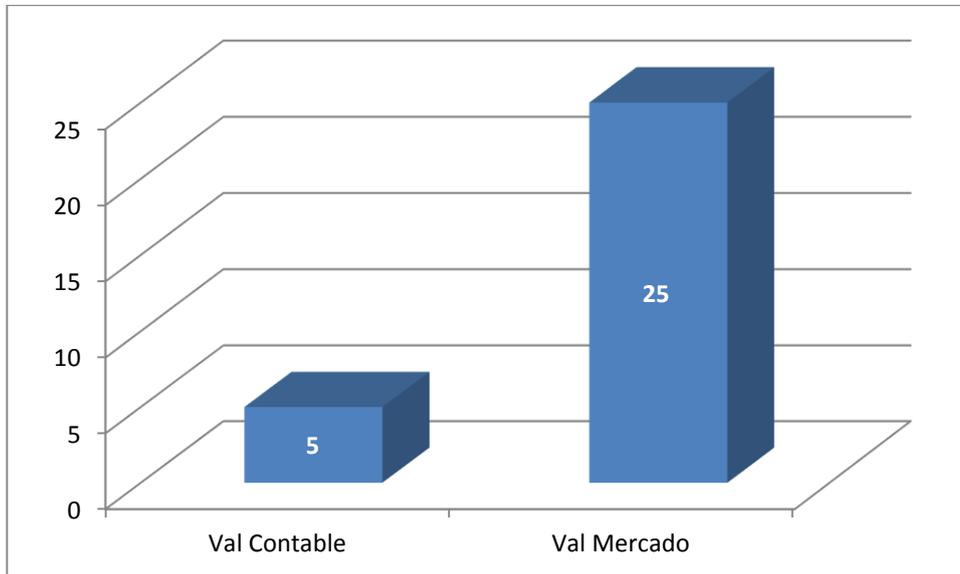
7. ¿Los activos intangibles identificados en la pregunta 3, están adecuadamente representados en los estados financieros de su empresa?
Explique por favor.



Análisis e Interpretación.-

Respecto a la pregunta 7 formulada a 30 encuestados, se obtuvo el siguiente resultado al finalizar el procesamiento de datos: 8 encuestados que representan el 27% contestaron que los Activos Tangibles si están representados en los estados financieros, 22 encuestados que representan el 73% respondieron que los Activos Intangibles no se encontraban representados en los estados financieros.

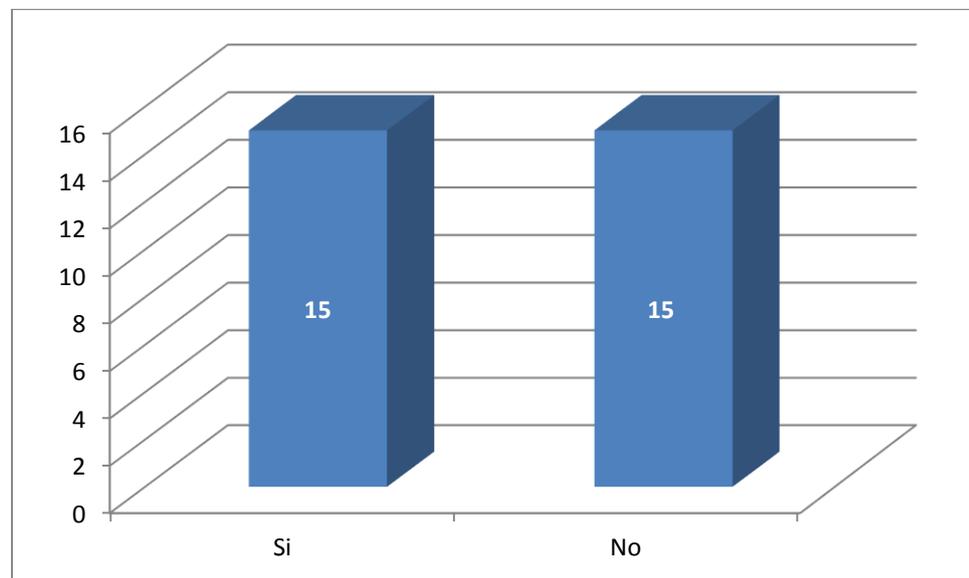
8. Es mayor el Valor Contable de su empresa comparado con el Valor de Mercado, o viceversa. ¿Podría explicar las razones de la diferencia?



Análisis e Interpretación.-

Respecto a la pregunta 8 formulada a 30 encuestados, se obtuvo el siguiente resultado al finalizar el procesamiento de datos: 5 encuestados que representan el 17% contestaron que el Valor Contable era mayor comparado con el Valor de Mercado, 25 encuestados que representan el 83% respondieron que el Valor de Mercado representaba un mayor valor respecto del Valor Contable.

9. ¿En qué medida los Estados Financieros les son útiles para la toma de decisiones en su empresa?



Análisis e Interpretación.-

Respecto a la pregunta 9 formulada a 30 encuestados, se obtuvo el siguiente resultado al finalizar el procesamiento de datos: 15 encuestados que representan el 50% contestaron que los Estados financieros son útiles para la toma de decisiones, 15 encuestados que representan el 50% respondieron que los estados financieros no les resultan útiles para la toma de decisiones, pues lo hacen en función de otras variables.

10. Con la experiencia que usted tiene, ¿qué recomendaciones haría para mejorar el reconocimiento y el valor que aportan los intangibles en las empresas?

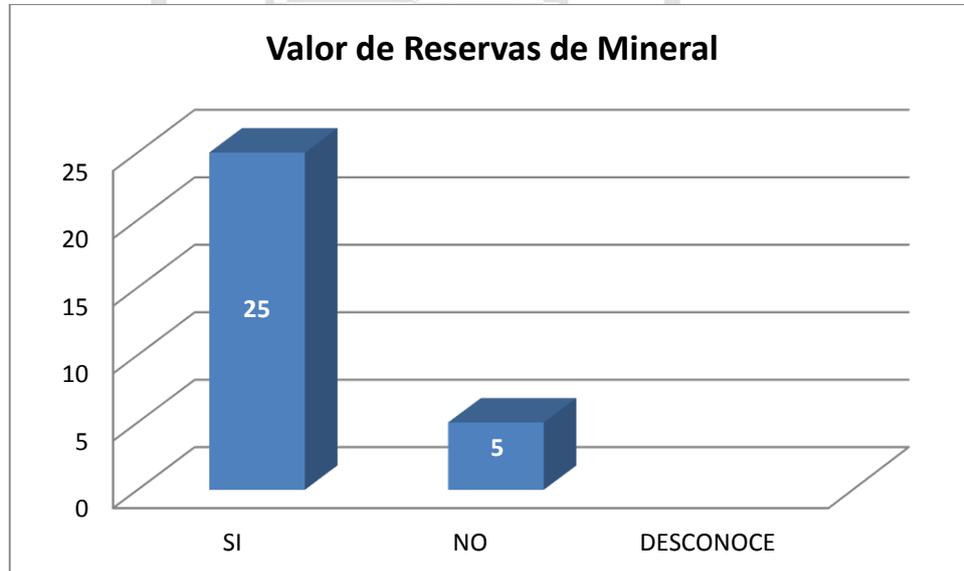


ENCUESTA

Instrucciones: la presente técnica tiene como finalidad recoger información importante relacionada con el tema “**Los Activos Intangibles y su aporte en el Valor económico de la Empresa**”. Sobre el particular, se le solicita que en las preguntas que a continuación se adjuntan, tenga a bien elegir la alternativa que considere correcta y marcar la misma con un aspa. En algunos casos deberá explicar su respuesta.

Esta técnica es anónima, se agradece su participación.

1. ¿En su opinión es posible valorar las Reservas de Mineral de la Empresa Minera?

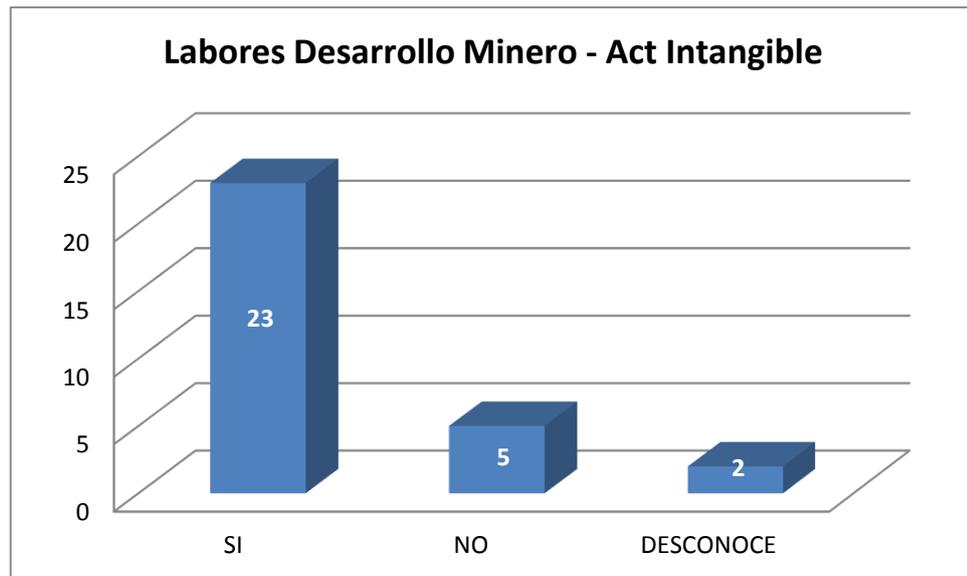


Análisis e Interpretación.-

Respecto a la pregunta 1 formulada a 30 encuestados, se obtuvo el siguiente resultado al finalizar el procesamiento de datos: 25 encuestados

que representan el 83% contestaron que si es posible Valorar las Reservas de Mineral de las empresas.

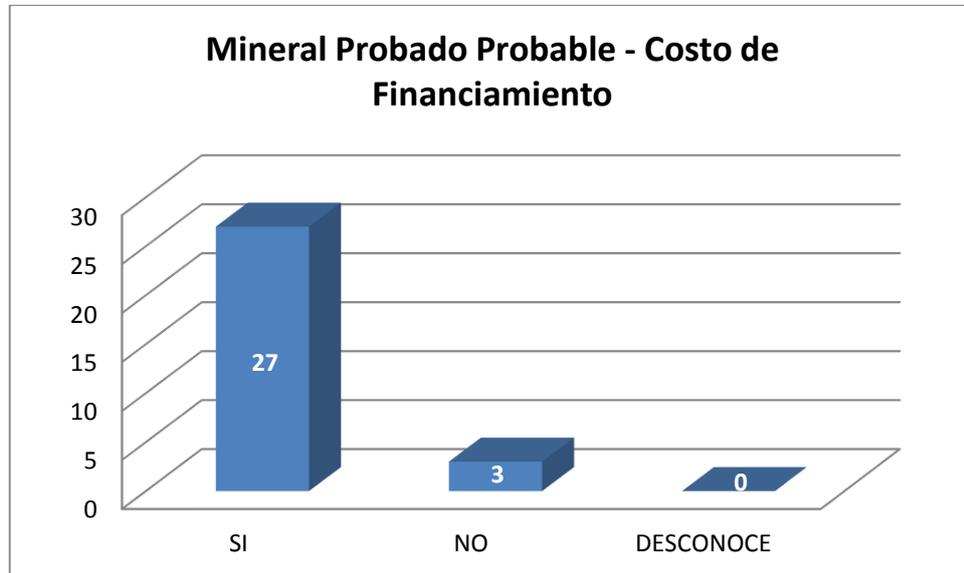
2. ¿En su opinión las inversiones en Labores de Desarrollo Minero influyen en el valor de los Activos Intangibles?



Análisis e Interpretación.-

Respecto a la pregunta 2 formulada a 30 encuestados, se obtuvo el siguiente resultado al finalizar el procesamiento de datos: 23 encuestados que representan el 77% contestaron afirmativamente, 5 encuestados que representan el 17% respondieron que no y 2 Desconocían si las Labores de Desarrollo Minero influían en el Valor de los Activos Intangibles.

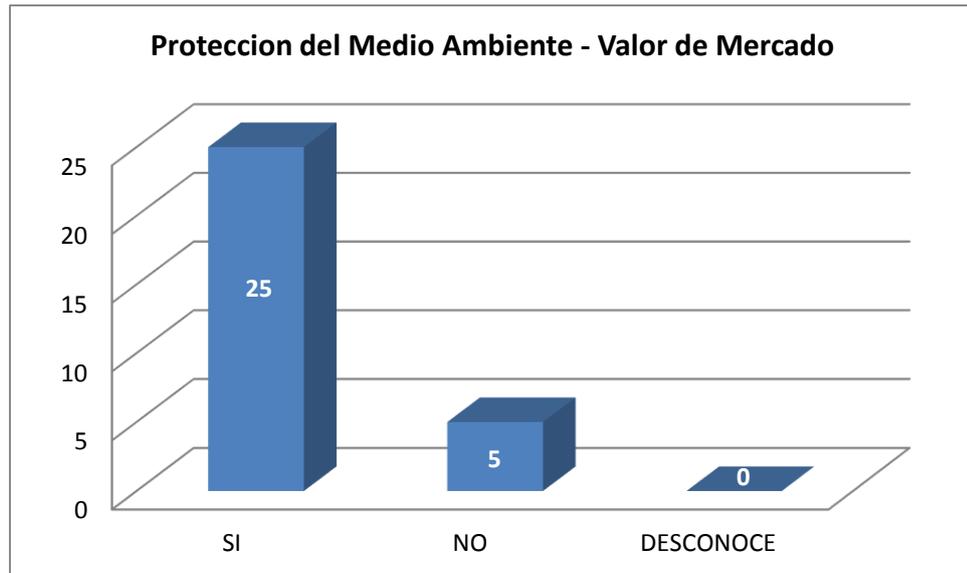
3. ¿Considera usted que el Mineral Probado Probable, influye en el Costo de Financiamiento de las empresas del Sector Minero?



Análisis e Interpretación.-

Respecto a la pregunta 3 formulada a 30 encuestados, se obtuvo el siguiente resultado al finalizar el procesamiento de datos: 27 encuestados que representan el 90% contestaron afirmativamente y 3 encuestados que representan el 10% respondieron que no, respecto a Considerar que el Mineral Probado Probable influye en el Costo del Financiamiento de las empresas del sector Minero.

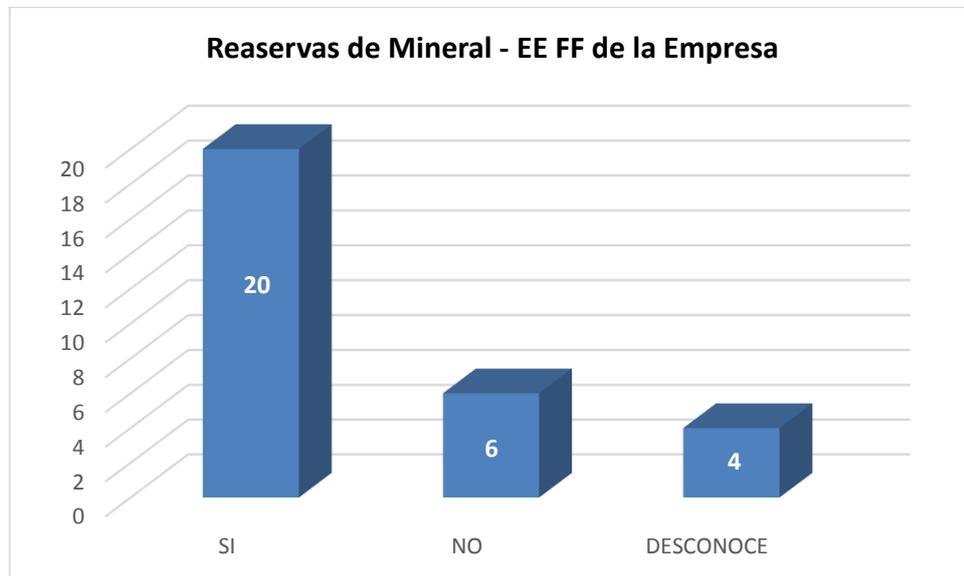
4. ¿Considera usted que el desarrollo de Actividades de Protección del Medio Ambiente, tienen un impacto en el Valor de Mercado de las empresas del Sector Minero?



Análisis e Interpretación.-

Respecto a la pregunta 4 formulada a 30 encuestados, se obtuvo el siguiente resultado al finalizar el procesamiento de datos: 25 encuestados que representan el 83% contestaron que Si, 5 encuestados que representan el 17% respondieron que no considera que Actividades de Protección del Medio Ambiente, incida en el Valor de Mercado de las empresas del Sector Minero.

5. ¿Considera usted que las Reservas de Mineral, inciden en los Estado Financieros de las empresas del Sector Minero?



Análisis e Interpretación.-

Respecto a la pregunta 5 formulada a 30 encuestados, se obtuvo el siguiente resultado al finalizar el procesamiento de datos: 20 encuestados que representan el 67% contestaron que Si, 6 encuestados que representan el 20% respondieron No y 4 encuestados que representan el 13% respondieron que desconocen.

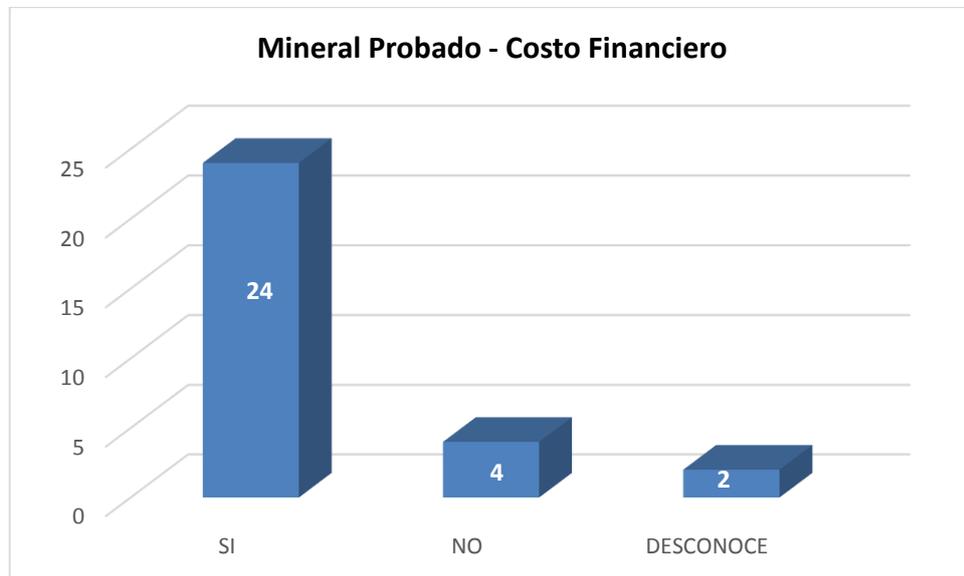
6. ¿En su opinión Las labores de Desarrollo Minero influyen en el Valor de los Activos Intangibles de las Empresas del Sector Minero?



Análisis e Interpretación.-

Respecto a la pregunta 6 formulada a 30 encuestados, se obtuvo el siguiente resultado al finalizar el procesamiento de datos: 18 encuestados que representan el 60% contestaron que Si, 12 encuestados que representan el 40% que No, influyen el valor de los Activos Intangibles de las Empresa del Sector Minero.

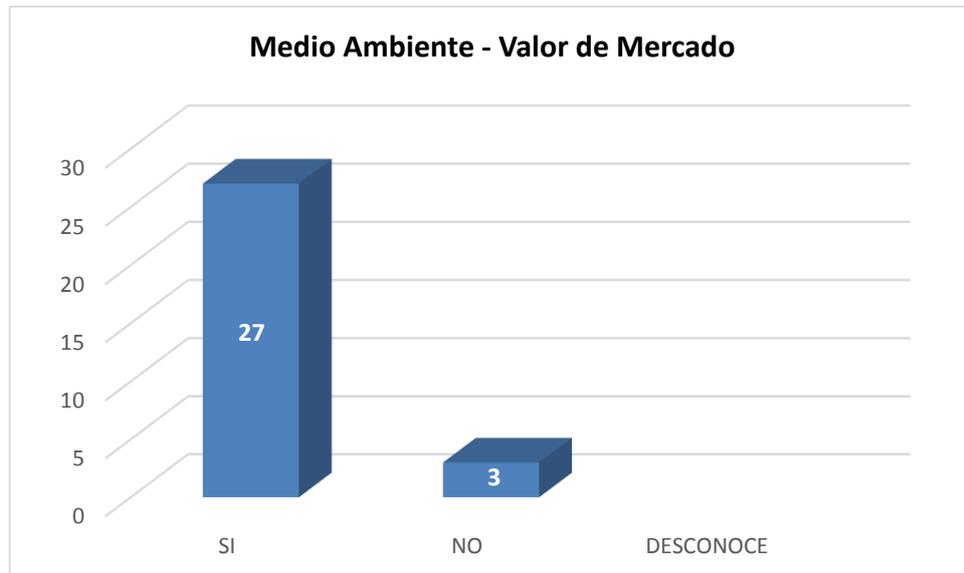
7. ¿Estima usted que el Mineral Probado Probable influye en el Costo de Financiamiento de las empresas?



Análisis e Interpretación.-

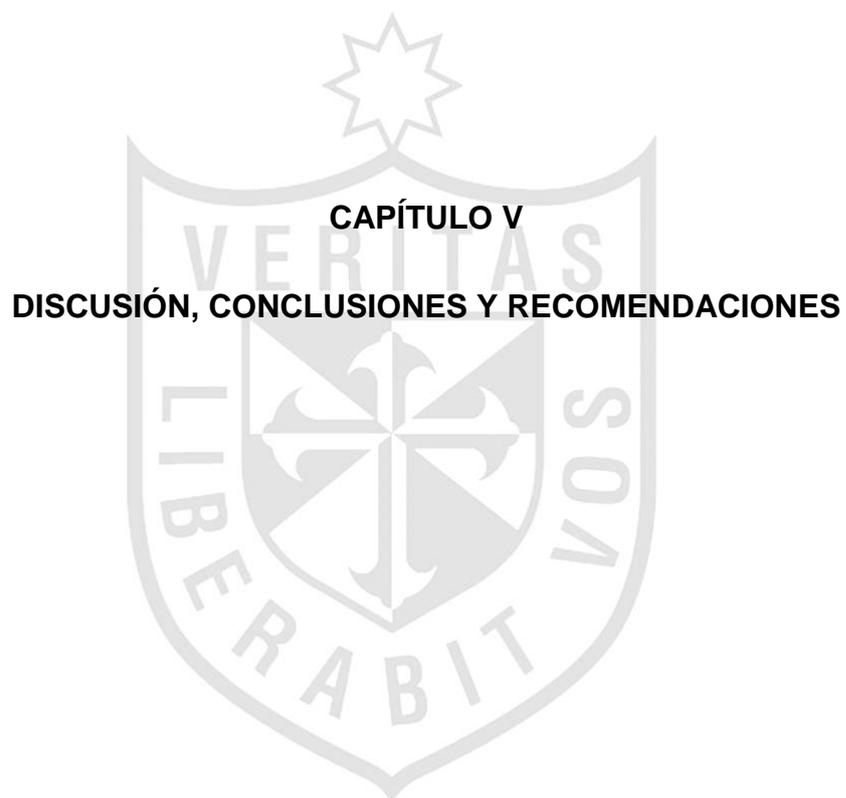
Respecto a la pregunta 7 formulada a 30 encuestados, se obtuvo el siguiente resultado al finalizar el procesamiento de datos: 24 encuestados que representan el 80% contestaron que Si, 4 encuestados que representan el 13% respondieron que No y 2 encuestados que representan el 7% respondieron que Desconocen que el Mineral probado Probable influya en el Costo de Financiamiento de la empresa.

8. ¿En su opinión el desarrollo de las Actividades de Protección del Medio Ambiente inciden en el Valor de Mercado de las empresas del Sector Minero?:



Análisis e Interpretación.-

Respecto a la pregunta 8 formulada a 30 encuestados, se obtuvo el siguiente resultado al finalizar el procesamiento de datos: 27 encuestados que representan el 90% contestaron que Si, 3 encuestados que representan el 10% respondieron que No que las actividades de protección del Medio Ambiente no inciden en el Valor de Mercado de las empresas del sector Minero.



CAPÍTULO V

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Discusión

En el Caso de las empresas del Sector Minero no es extraño hablar de los activos intangibles, sin embargo las empresas en general no acostumbraban pensar en sus intangibles. Aunque las empresas del sector minero tradicionalmente ha utilizado y creado activos tangibles, también ha utilizado y generado intangibles en su negocio, haya o no sido consciente de ello.

Intangibles como sus conocimientos de geología, metalurgia o construcción; su capacidad para generar joint ventures o ganar procesos de concesión; o los modelos financieros y de procesos que crean.

Hoy algunas empresas del sector minero están, además, viendo en su reputación un activo intangible que debe ser gestionado. Administrar la reputación de una minera es un proceso complejo. Sin embargo, es importante hacerlo para poder desarrollar óptimas relaciones con las comunidades, sus empleados, el Estado y en general con su entorno que termina siendo clave.

Luego de haberse llevado a cabo el análisis e interpretación de la encuesta y entrevista, la misma que ayuda a incrementar y consolidar los conceptos que se han venido manejando a lo largo de la investigación, a continuación los sometemos a discusión, como una forma de alcanzar las conclusiones y recomendaciones correspondientes.

Del resultado de las encuestas aplicadas, podemos identificar que en promedio el 65,0% de los funcionarios encuestados reconocen los Activos Intangibles como muy importantes, lo que denota un reconocimiento tácito de la importancia que tienen en el escenario de las empresas que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima. Ello nos permite identificar una realidad adicional, el 73 % de los encuestados reconoce que los Activos Intangibles no se encuentran adecuadamente representados en los estados financieros de la empresa. Cuando se les interrogó respecto de cual estado financiero debería representar a los intangibles, un 50% consideraba el Balance General y un tercio de encuestados o un 33% estimó que sería conveniente nuevos estados financieros que los reflejen.

Debemos destacar la opinión mayoritaria de los encuestados respecto al valor de la empresa: el 83% considera que el valor de su empresa debería ser el que refleja el mercado y un 17% opina que el valor de la empresa se refleja mejor en el Valor de negociación. Así mismo, preguntados respecto al resultado de la comparación entre el Valor Contable de la empresa y su Valor en el Mercado, el 83% sostiene que el Valor de Mercado es mayor y ello logrado en base al desempeño de la empresa y el prestigio alcanzado; solo el 17% manifiesta que el valor contable es mayor reconociendo una performance no óptima en el sector en que se desempeñan y que empresas de la competencia han sido más agresivas y han logrado una mejor posición.

Cuando se ha interrogado respecto a cuáles activos considera más importantes en la empresa, un 60% identifica a los Activos Intangibles y un

40% en cambio reconoce a los Activos Tangibles. Cuando se ha tratado de determinar en qué se basa la respuesta anterior, si esta es por los beneficios presentes que genera o en su defecto por los beneficios futuros, un 73% elige la opción de los beneficios futuros mientras que el 27% restante consideraba a los beneficios presentes. Cuando se interrogó a los encuestados para determinar cuál de los Activos Intangibles considera como el más importante, el Conocimiento fue el elegido con 47% la Marca y Prestigio 13%; el capital de la empresa 20% y las Máquinas y Equipos 20%, mostrando una consistencia con la pregunta inicial de los activos importantes, dado que en el desagregado un 60% también se inclina por ellos.

Cuando se preguntó acerca de la importancia que se asigna a los Indicadores Económico Financieros en la evaluación de la empresa, un 53% los considera muy importantes y un 40% como importante, sólo un 7% no les da importancia. En la pregunta respecto a la utilidad de los estados financieros para la toma de decisiones, un 50% les asigna utilidad para fines de decisión mientras que otro 50% no lo considera así. En este punto debemos agregar que la intención del presente trabajo de investigación es incorporar al análisis financiero criterios de evaluación de los intangibles, de su creación, de su evolución y de su aporte al valor de la empresa, por lo que los indicadores que se propongan deberán formar parte el análisis financiero integral.

Respecto al desarrollo de las redes sociales y a su importancia en el posicionamiento de la empresa, dadas las características que viene adoptando y a la posibilidad de generar mayores beneficios en el futuro, un 73% respondió que estas serán capaces de generar ingresos futuros importantes, mientras que el 27% restante no lo considera así.

Continuando con nuestra encuesta, respecto a las perspectivas de desarrollo de las empresas, se trataba de considerar qué factores serían determinantes y qué activos permitirían un desarrollo positivo de la empresa, el 83 % consideró que las Reservas de Mineral es posible valorarlas y consignarlas en los Activos Intangibles mientras que un 17% consideró que no era posible dicha valorización. Así mismo, cuando se preguntó acerca de si las Labores de Desarrollo Minero, influyen en el Valor de los Activos Intangibles, la respuesta fue que un 77% consideraba que sí influye, mientras que otro 17% consideró que no tenía influencia y el 6% manifestaba que desconocía su influencia.

Respecto al hecho de que el Mineral Probado Probable influye en el Costo Financiero de las empresas del Sector Minero un 90 % considera que esta presencia sí influye en el Costo de Financiamiento, mientras que un 10% estima que no es así. Igualmente se planteó si las Actividades de Protección al Medio Ambiente y la Responsabilidad Social tiene un impacto en el Valor de Mercado de las empresas de Sector Minero, un 83% estima que la Actividad de Protección del Medio Ambiente, Si tiene impacto en el Valor de Mercado, mientras que un 17% no lo considera así, y estima que el valor de

mercado no refleja necesariamente el impacto de la Protección del Medio Ambiente.

Tratando de identificar si las Reservas de Mineral tienen incidencia en los Estados Financieros de las empresas del Sector Minero, un 67% considera que Si, un 20% estima que no necesariamente tiene incidencia mientras que, para un 13 % desconoce si incide o no. Cuando requerimos sus respuestas respecto a si las Labores de Desarrollo Minero influyen en el Valor de los Activos Intangibles, 60% reconoce que si aporta Valor, un 40% estima que dichas labores no influye en el Valor de loa Activos Intangibles.

Finalmente y no menos importante, se ha requerido a los especialistas la relación entre el mineral Probado y Probable y su influencia en el Costo de Financiamiento en este punto, un 80% considera que si, un 13 % considera que no es así y un 7% no tenía una opinión formada al respecto. Para terminar sobre las Actividades de Protección del Medio Ambiente y Responsabilidad Social si incide en el Valor de Mercado de las Empresas del Sector Minero, un 90% considera que si incide en el Valor de Mercado, mientras que un 10% no lo considero así.

En base a este resumen y al desarrollo teórico del tema, hemos podido arribar a las conclusiones vinculadas a nuestra Hipótesis general así como a las específicas. Igualmente, reseñaremos más adelante nuestras recomendaciones al respecto.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

A lo largo de la tesis se ha discutido acerca de los conceptos básicos que encierra el tema de los Activos Intangibles.

5.2 Conclusiones

Culminados y analizados los resultados del trabajo de campo, se llegó a las siguientes conclusiones:

1. Los Activos Intangibles inciden favorablemente en el Valor Económico de las empresas del Sector Minero en el Perú, pues consolidan el valor patrimonial.
2. Así mismo, se concluye que las Reservas de Mineral inciden en los Estados Financieros de las Empresas del Sector Minero, dado que todo incremento en su valor permite que se exprese en los estados financieros.
3. Se concluye, que las labores de Desarrollo Minero influyen en el Valor de los Activos Intangibles, pues este desarrollo no sólo hace accesible nuevos volúmenes de mineral, sino que incrementa el valor del mineral considerado como Intangible.
4. Se concluye así mismo, que cuando se tiene el Mineral Probado Probable, listo para su explotación, este incide en el Costo de

Financiamiento, dado que las expectativas de mejorar los ingresos que se expresan en el Flujo de Caja contribuye a que nuestros agentes financieros permitan una reducción de los Costos en función de una mayor recuperación.

5. Finalmente, se concluye que las actividades de Protección del Medio Ambiente y Responsabilidad Social, incide en el Valor de Mercado de las empresas del Sector Minero en el Perú; es decir, la respuesta del mercado es positiva.



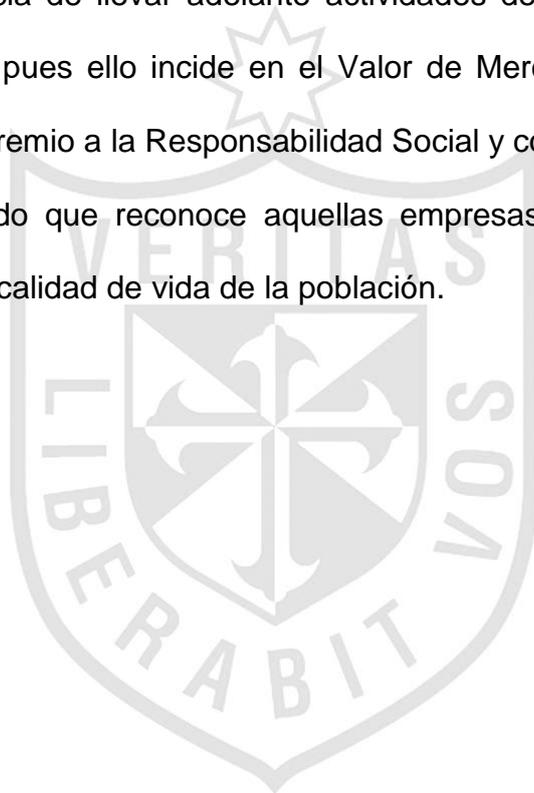
5.3 Recomendaciones

De acuerdo a las conclusiones expresadas, producto del trabajo de investigación, se desprenden las siguientes recomendaciones:

1. Es recomendable que las empresas consideren la importancia de los activos intangibles, dado que estos inciden favorablemente en el Valor Económico de las empresas del Sector Minero en el Perú y su presencia se considera importante al incorporar el Valor Asignado a las Reservas de Mineral, este hecho no sólo contribuye con extender el horizonte de vida de la empresa, sino que incrementa su valor.
2. Así mismo, es recomendable que las empresas del Sector Minero, deberían buscar de manera permanente el incremento de las Reservas de Mineral, dado que éstas inciden en los Estados Financieros y permiten registrar el incremento de su valor, permitiendo mejorar la situación de éstas.
3. Se recomienda que se incentiven las labores de Desarrollo Minero, pues influyen en el Valor de los Activos Intangibles dado que permiten hacer accesible nuevos volúmenes de mineral que se convertirán en Flujo de Caja en el Corto Plazo y por tanto influye en el Valor Económico registrado por los Activos Intangibles de las empresas del Sector Minero en el Perú.

4. Igualmente, es recomendable que las empresas del Sector Minero desarrollen labores de preparación que permite incrementar los volúmenes de Mineral Probado, ello contribuye en mejorar la caja de la empresa significativamente y los niveles de negociación para encontrar un Costo Financiero menor.

5. Finalmente, se recomienda a las empresas del Sector Minero, la conveniencia de llevar adelante actividades de Protección del Medio Ambiente, pues ello incide en el Valor de Mercado de las empresas como un premio a la Responsabilidad Social y como respuesta positiva del mercado que reconoce aquellas empresas que contribuyen con una mejor calidad de vida de la población.



FUENTES DE INFORMACIÓN

Referencias Bibliográficas

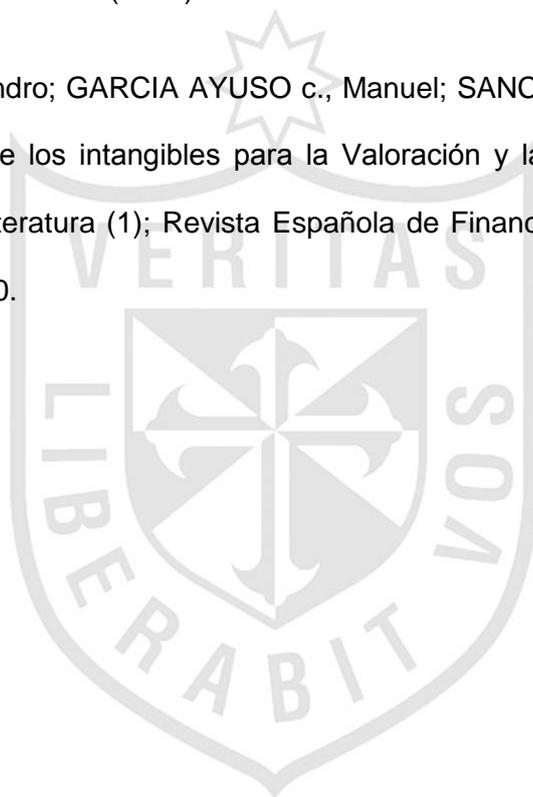
1. ATAUIPILLCO VERA, Dante y DE LA CRUZ CASTRO, Néstor Hugo “Estados Financieros” ; 2001; Ivera Asociados; 2da. Edición; Lima Perú.
2. AYUSO, Alberto Reynaldo; (2005) Valor de los intangibles: medición, registraci3n y control del capital intelectual.
3. BODIE, Zvie; MERTON C., Robert; “Finanzas” ; 2003, Pearson Educaci3n, Prentice Hall, Inc, M3xico.
4. DRAGONETTI, Nicola; EDVINSON, Leif; ROOS, Johan y ROOS, Goran (2001) Capital Intelectual: el valor intangible de una empresa. Editorial Paid3s. Barcelona.
5. GARCIA VEGA, Emilio; Jun.2012; Como generar valor en las empresas; Ed. Universidad del Pacifico; Lima Per3.
6. GUAJARDO CANTU, Gerardo; 2002. “Contabilidad Financiera” Ed. Mac Graw Hill; 2da Edici3n; M3xico D.F.
7. LEV, Baruch (2001) Measurement and Reporting. Brookings Institution Press. Washington, D. C.
8. LEV, Baruch (2001): New York University - Stern School of Business.
9. LORENZ, Christopher; LESLIE, Nicholas; La direcci3n de empresas. (1994)
10. NEVADO PEÑA, Domingo; LOPEZ RUIZ, V3ctor Ra3l; Feb. 2007; “El Capital Intelectual: valoraci3n y medici3n”; Prentice Hall, Madrid España.
11. NOMEN, Eusebi; Jul.2005; VALOR RAZONABLE DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES; Deusto; Barcelona, España.

12. PORTER Michael: "La Ventaja competitiva de las naciones"; 1991
13. TANAKA NAKASONE, Gustavo; 2003; "Análisis de Estados Financieros para la toma de Decisiones"; Ed. Pontificia Universidad Católica del Perú; Serie Empresarial; Lima, Perú.



Referencias hemerograficas

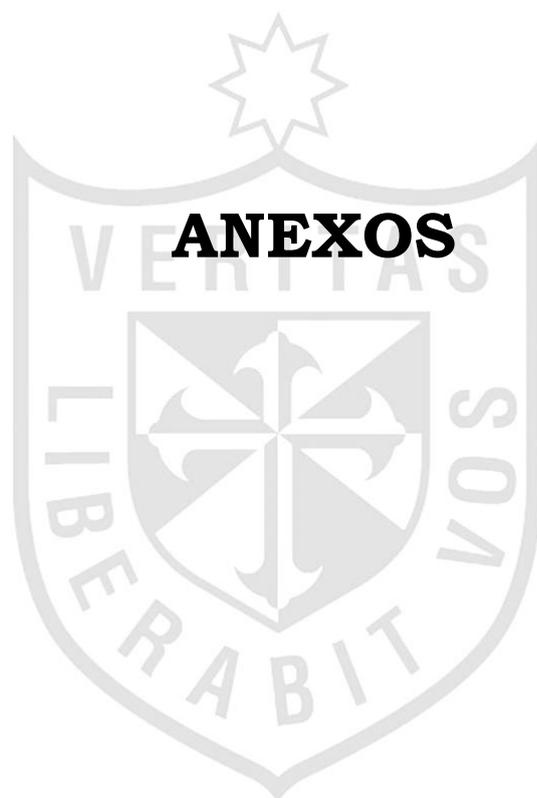
1. PUCICH, M.; MONZÓN, E. C. Y SOSISKY, L. (2001): “Los Recursos Intangibles en la Información Contable”. XVI Jornadas de Contabilidad, XIV de Auditoria y III de Gestión y Costos. Colegio de Graduados en Ciencias Económicas de la Capital Federal. Buenos Aires, Argentina.
2. Perú – Contaduría de la Nación, Norma Internacional de Contabilidad N° 38 ACTIVOS INTANGIBLES (2001).
3. CAÑIBANO, Leandro; GARCIA AYUSO c., Manuel; SANCHEZ, M. Paloma; (1999): “La Relevancia de los intangibles para la Valoración y la Gestión de Empresas”: Revisión de la Literatura (1); Revista Española de Financiación y Contabilidad; N° Extraordinario 100.



Referencias electronicas

1. SERRANO CINCA, C. Y CHAPARRO, F (2001): "Los activos intangibles en la Contabilidad: medición y valoración". [En línea] 5campus.com, Capital Intelectual <<http://www.5campus.com/leccion/capint1>> [Fecha de Consulta: 10/12/2012].
2. <http://www.celemi.com>







ANEXO 1
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
SECCION DE POSTGRADO
MATRIZ DE CONSISTENCIA

EFEECTO DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES Y SU INCIDENCIA EN EL VALOR ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR MINERO EN EL PERU
(2004 – 2013)

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	JUSTIFICACIÓN	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	O B S.
<p>Problema General: ¿En qué medida los Activos Intangibles inciden en el Valor Económico de las empresas del Sector Minero en el Perú?</p> <p>Problemas Especifico:</p> <ol style="list-style-type: none"> ¿En qué forma las Reservas de Mineral inciden en los Estados Financieros de las empresas del Sector Minero en el Perú? ¿En qué forma las labores de desarrollo minero, influyen en el valor de los Activos Intangibles de las empresas del Sector Minero en el Perú? ¿De qué manera el Mineral Probado Probable influye en el Costo Financiero de las empresas del Sector Minero en el Perú? ¿De qué manera la Protección del Medio Ambiente incide en el Valor de Mercado de las empresas del Sector Minero en el Perú? 	<p>Objetivo General: Determinar si los Activos Intangibles inciden en el Valor Económico de las empresas del Sector Minero en el Perú.</p> <p>Objetivos Especificos:</p> <ol style="list-style-type: none"> Establecer si las Reservas de Mineral inciden en los Estados Financieros de las empresas del Sector Minero en el Perú. Evaluar si las Labores de Desarrollo Minero influyen en el valor de los Activos Intangibles de las empresas del Sector Minero en el Perú. Analizar si el Mineral Probado Probable influye en el Costo Financiero de las empresas del Sector Minero en el Perú. Evaluar si la Protección del Medio Ambiente incide en el Valor de Mercado de las empresas del Sector Minero en el Perú. 	<p>Teórica.</p> <p>Metodológica.</p> <p>Económica.</p>	<p>Hipótesis General: Los Activos Intangibles inciden favorablemente en el Valor Económico de las empresas del Sector Minero en el Perú.</p> <p>Hipótesis Especifica:</p> <p>Las Reservas de Mineral inciden en los Estados Financieros de las empresas del Sector Minero en el Perú.</p> <p>Las Labores de Desarrollo Minero influyen en el Valor de los Activos Intangibles de las empresas del Sector Minero en el Perú.</p> <p>El Mineral Probado Probable influye en el Costo de Financiamiento de las empresas del Sector Minero en el Perú.</p> <p>La Protección del Medio Ambiente incide en el Valor de Mercado de las empresas del Sector Minero en el Perú.</p>	<p>INDEPENDIENTE</p> <p>ACTIVOS INTANGIBLE</p> <p>DEPENDIENTE</p> <p>VALOR ECONOMICO</p>	<p>X1 Reservas de Mineral</p> <p>X2 Labores de Desarrollo Minero</p> <p>X3 Mineral Probado y Probable.</p> <p>X4 Desarrollo de Actividades de Protección del Medio Ambiente.</p> <p>Y1 Estados Financieros</p> <p>Y2 Valor de los Activos Intangibles.</p> <p>Y3 Costo de Financiamiento</p> <p>Y4 Valor de Mercado</p>	

ANEXO 2

ENTREVISTA

Instrucciones: la presente técnica tiene como finalidad recoger información importante relacionada con el tema “**Los Activos Intangibles y su aporte en el Valor económico de la Empresa**”. Sobre el particular, se le solicita que en las preguntas que a continuación se adjuntan, tenga a bien responder en forma clara, toda vez que la información que nos proporcione, será de gran utilidad para este estudio. Esta técnica es anónima, se agradece su participación.

1. Es su opinión, ¿cuál es la importancia que revisten los Activos Intangibles, en las empresas que cotizan en La Bolsa de Valores?

2. ¿Cuál de los siguientes Activos Intangibles considera más importantes? El Capital Intelectual, La Marca, Los derechos de propiedad, el software desarrollado por la empresa u otros (menciónelos).

3. Mencione usted los Activos Intangibles que identifique en su empresa.

4. En este momento, ¿cuál considera usted que sea el activo más importante en su empresa, el activo tangible o el activo intangible?

5. ¿La respuesta a la pregunta anterior, está en función de los beneficios presentes que genera el activo o por los beneficios futuros que generará?

6. Que factores serán determinantes para el desarrollo de su empresa, que activos permitirán dicho desarrollo.

7. ¿Los activos intangibles identificados en la pregunta 3, están adecuadamente representados en los estados financieros de su empresa? Explique por favor.

8. Compare el Valor contable de su empresa con el Valor de Mercado. ¿Podría explicar las razones de la diferencia?

9. ¿En qué medida los Estados Financieros, les son útiles para la toma de decisiones en su empresa?

10. Con la experiencia que usted tiene, que recomendaciones haría para mejorar el reconocimiento y el valor que aportan los intangibles en las empresas.



ANEXO 2

ENCUESTA

Instrucciones: la presente técnica tiene como finalidad recoger información importante relacionada con el tema “**Efecto de los Activos Intangibles y su incidencia en el Valor Económico de las Empresas del Sector Minero en el Perú**”. Sobre el particular, se le solicita que en las preguntas que a continuación se adjuntan, tenga a bien elegir la alternativa que considere correcta y marcar la misma con un aspa. En algunos casos deberá explicar su respuesta.

Esta técnica es anónima, se agradece su participación.

1. ¿En su opinión, es posible valorar las Reservas de Mineral de las Empresas Mineras?
- a. Si
 - b. No
 - c. Desconoce

Explique su respuesta:

2. ¿En su opinión las Inversiones en Labores de Desarrollo Minero influyen en el Valor de los Activos Intangibles?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. Desconoce ()

Explique su respuesta:

3. ¿Considera usted que el Mineral Probado – Probable, influye en el Costo de Financiamiento de las empresas del Sector Minero?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. Desconoce ()

Explique su respuesta:

4. ¿Considera usted que el desarrollo de Actividades de Protección del Medio Ambiente, tienen un impacto en el Valor de Mercado de las empresas del Sector Minero?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. Desconoce ()

Explique su respuesta:

5. ¿Considera usted que las Reservas de Mineral, inciden en los Estados Financieros de las Empresas del Sector Minero?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. Desconoce ()

Explique su respuesta:

6. ¿En su opinión las Labores de Desarrollo Minero influyen en el valor de los Activos Intangibles de las Empresas del Sector Minero?

- a. Balance General ()
- b. Estados Financieros adicionales ()
- c. Otros ()

Explique su respuesta:

7. ¿Estima usted que el Mineral probado Probable influye en el costo de financiamiento de las empresas?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. Desconoce ()

Explique su respuesta:

8. ¿En su opinión el desarrollo de las Actividades de Protección del Medio Ambiente inciden en el Valor de Mercado de las empresas del Sector Minero?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. Desconoce ()

Explique su respuesta:

