

4.



*La calidad académica,
un compromiso institucional*



Ochoa, G.N.E., Martínez,
P.O.L., Lara, S.M.I. & Calle,
Á.G.Y. (2023). Grado
voluntario de divulgar
el capital intelectual
oculto y su registro en las
Normas Internacionales de
Información Financiera.
Criterio Libre, 21(39),
e239613
ISSN 1900-0642
ISSN elect. 2323-0886

Grado voluntario de divulgar el capital intelectual oculto y su registro en las Normas Internacionales de Información Financiera

*Nancy Edith Ochoa Guevara
Olga Lucía Martínez Paredes
María Isabel Lara Saiz
Gerson Yair Calle Álvarez*

GRADO VOLUNTARIO DE DIVULGAR EL CAPITAL INTELECTUAL OCULTO Y SU REGISTRO EN LAS NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA*

VOLUNTARY DEGREE OF DISCLOSURE OF THE HIDDEN INTELLECTUAL CAPITAL AND ITS

RECORDING IN THE INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS

GRAU VOLUNTÁRIO DE DIVULGAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL OCULTO E SEU REGISTRO NAS NORMAS INTERNACIONAIS DE INFORMAÇÃO FINANCEIRA

DEGRE VOLONTAIRE DE DIVULGATION DU CAPITAL INTELLECTUEL CACHE ET SON ENREGISTREMENT DANS LES NORMES INTERNATIONALES D'INFORMATION FINANCIERE

NANCY EDITH OCHOA GUEVARA[†]

OLGA LUCÍA MARTÍNEZ PAREDES[‡]

MARÍA ISABEL LARA SAIZ[§]

GERSON YAIR CALLE ÁLVAREZ^⓪

Fecha de recepción: 14 de octubre de 2022

Fecha de aprobación: 27 de julio de 2023

* Este manuscrito es de reflexión y se divulga como producto de nuevo conocimiento con acta de inicio 18-junio-2022. Corporación Universitaria Remington.

[†] Ingeniería de Sistemas, Universidad INCCA de Colombia; doctora en Tecnología Educacional Especial, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD (USA-FLORIDA); directora de doctorandos del programa del doctorado en Investigación e Innovación, Universidad de Investigación e Innovación UIIX, Cuernavaca, Mor. México; Grupo VISIBILIDAD, Fundación RedVida, Grupo de Gestión sostenible, científica y tecnológica (GESCIENTE); gerente general, Fundación RedVida. redvida@fgmail.com. <https://orcid.org/0000-0002-4533-4990>

[‡] Contadora pública, Universidad Libre; especialización en Revisión Fiscal, Universidad Libre; magíster en Contabilidad, Universidad Libre; docente medio tiempo, Corporación Universitaria Remington, sede Bogotá; docente de cátedra, Universidad libre; asistente para la Presidencia Nacional en la Gestión de presupuesto, tesorería y cartera, Universidad libre; Grupo de investigación, Grupo de Gestión Sostenible, Científico y Tecnológico (GESCIENTE), Universidad Remington, sede Bogotá. Olga.martinez@uniremington.edu.co <https://orcid.org/0000-0002-6540-1329>

[§] Contadora pública, Fundación Universitaria Iberoamericana; especialista en Gestión Tributaria Nacional e Internacional, Corporación Universitaria Remington; especialista en Edumática, Fundación Universitaria Autónoma de Colombia; magíster en Edumática, Fundación Universitaria Autónoma de Colombia; docente coordinadora del programa de contaduría, Corporación Universitaria Remington, sede Bogotá; coordinadora del grupo semillero SINCONT; investigadora del grupo de Gestión Sostenible, Científica y Tecnológica (GESCIENTE), Universidad Remington, sede Bogotá. maria.lara@uniremington.edu.co <https://orcid.org/0000-0002-9673-4193>

^⓪ Licenciado en Español y Literatura, Universidad de Antioquia; magíster en Educación, Universidad de Antioquia; doctor en Educación, Universidad de Antioquia; docente investigador, Universidad Remington; Grupo Interdisciplinario en Estudios Socio-humanísticos y Educativos, Universidad Remington, Colombia, gerzon.calle@uniremington.edu.co <https://orcid.org/0000-0002-4083-6051>

Criterio Libre N.º 39
Bogotá (Colombia)
Julio-Diciembre
2023
e239613
ISSN 1900-0642
ISSN electrónico
2323-0886

RESUMEN

Este artículo refleja la problemática de la falta de divulgación del capital intelectual en algunas empresas de la zona Cundinamarca-Bogotá, en Colombia, en algunas por desconocimiento y en otras por el temor a generar algunos impuestos. Por ello, en esta primera etapa el propósito de la investigación es determinar el grado voluntario de divulgar el capital intelectual oculto y su registro, en especial en las Normas Internacionales de Información Financiera, bajo la metodología cualitativa con un estudio exploratorio al revisar la literatura tanto de la medición del capital intelectual en la práctica como los informes de gestión anual de las 23 empresas participantes durante los años 2017 a 2021. Se selecciona el modelo Intellectus para la medición del capital intelectual por medio de las categorías del capital humano estructural y las relaciona con 52 subcategorías, haciendo un análisis descriptivo desde el factor "temática" en los informes de gestión de dichas empresas. Los resultados arrojan un índice de divulgación del capital intelectual de 42%, con un incremento significativo por cada empresa en un periodo del año, pero solo se refleja en fichas, listas, figuras, documentos Excel. Sin embargo, debido a la obligatoriedad que existe actualmente en la normatividad contable, muchas empresas no divulgan de manera voluntaria el capital intelectual desde los indicadores de sus categorías correspondientes a la mayoría de activos intangibles.

PALABRAS CLAVE:

activos intangibles; activos ocultos; metodología de valoración; prácticas intangibles.

CLASIFICACIÓN JEL:

G10, G12.

ABSTRACT

This article reflects the problem of the lack of disclosure of Intellectual capital in some companies in the Cundinamarca-Bogotá area, in Colombia, in some of them due to ignorance and in others due to fear of generating taxes. Therefore, in this first stage, the purpose of the investigation is to determine the voluntary degree of disclosing hidden intellectual capital and its registration, especially in the International Financial Reporting Standards. Under the qualitative methodology with an exploratory study by reviewing the literature both on the measurement of intellectual capital in practice and the annual management reports of the 23 participating companies during the years 2017 to 2021. The Intellectus model is selected for the measurement of intellectual capital through the categories of human and structural capital and related to 52 subcategories, making a descriptive analysis from the "thematic" factor in the management reports of said companies. The results show that the intellectual capital disclosure index is 42% with a significant increase for each company in the period of the year, but it is only reflected in files, lists, figures, Excel documents. However, due to the "obligation" that currently exists in accounting regulations, many of the companies do not voluntarily disclose intellectual capital from the indicators of their categories that correspond to the majority of intangible assets.

Keywords: hidden assets; intangible assets; intangible practices; valuation methodology.

JEL Classification: G10, G12.

RESUMO

Este artigo mostra o problema da falta de divulgação do capital intelectual em algumas empresas da região de Cundinamarca-Bogotá, na Colômbia, em algumas por falta de conhecimento e em outras por medo de gerar alguns impostos. Nesta primeira etapa, a pesquisa visa estabelecer o grau voluntário de divulgação do capital intelectual oculto e seu registro, especialmente nas Normas Internacionais de Informação Financeira, de acordo com a metodologia qualitativa com um estudo exploratório, revisando a literatura da medição do capital intelectual na prática e os relatórios anuais de gestão das 23 empresas participantes durante o período 2017-2021. O modelo Intellectus é escolhido para a mensuração do capital intelectual através das categorias do capital humano estrutural e as relaciona com 52 subcategorias, fazendo uma análise descritiva a partir do fator "temática" nos relatórios de administração dessas empresas. Os resultados mostram uma taxa de divulgação do capital intelectual de 42%, com um aumento significativo para cada empresa ao longo de um período do ano, mas que apenas se reflecte em fichas, listas, números, documentos Excel. No entanto, devido à atual regulamentação contabilística obrigatória, muitas empresas não divulgam voluntariamente o capital intelectual dos indicadores das suas categorias correspondentes à maioria dos activos intangíveis.

Palavras-chave: activos intangíveis; activos ocultos; metodologia de avaliação; práticas intangíveis.

Classificação JEL: G10, G12.

RÉSUMÉ

Cet article montre le problème de l'absence de divulgation du capital intellectuel dans certaines entreprises de la région de Cundinamarca-Bogotá en Colombie, dans certains cas par manque de connaissances et dans d'autres par crainte de générer des impôts. Dans cette première étape, la recherche vise à établir le degré volontaire de divulgation du capital intellectuel caché et son enregistrement, en particulier dans les Normes Internationales d'Information Financière, selon la méthodologie qualitative avec une étude exploratoire en examinant la littérature de la mesure du capital intellectuel dans la pratique et les rapports annuels de gestion des 23 entreprises participantes au cours de la période 2017-2021. Le modèle Intellectus est choisi pour la mesure du capital intellectuel à travers les catégories du capital humain structurel et les relie à 52 sous-catégories, en faisant une analyse descriptive à partir du facteur "thématique" dans les rapports de gestion de ces entreprises. Les résultats montrent un taux de divulgation du capital intellectuel de 42%, avec une augmentation significative pour chaque entreprise sur une période d'un an, mais il n'est reflété que dans des cartes, des listes, des chiffres, des documents Excel. Cependant, en raison des réglementations comptables obligatoires actuelles, de nombreuses entreprises ne divulguent pas volontairement le capital intellectuel à partir des indicateurs de leurs catégories correspondant à la majorité des actifs incorporels.

Mots clés: actifs cachés; actifs incorporels; méthodologie d'évaluation; pratiques immatérielles.

Classification JEL: G10, G12.

1. INTRODUCCIÓN

En Colombia se estableció la nueva Ley 1314 de 2009 para recoger los cambios de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), lo cual hizo que a nivel mundial se generara un lenguaje contable homogéneo, evitando los diversos dilemas financieros en contextos económicos. Sin embargo, este proceso no ha sido tan fácil para muchas empresas colombianas, por su infraestructura, economía y sobre todo porque algunas normas de estas NIIF aún no están plenamente desarrolladas en el interior de estas (Bohórquez, 2018). Pero la obligatoriedad por parte del gobierno exige reevaluar los sistemas contables para hacer de su información financiera relevante, fiel, oportuna y veraz, pero con un costo alto ya que en muchas de estas empresas han tenido un desequilibrio económico (Wong, 2019).

En especial ocurre con los activos intangibles que se trabajan desde la NIC 38 que consiste en:

El objetivo de esta norma es prescribir el tratamiento contable de los activos intangibles que no estén contemplados específicamente en otra norma. Esta misma requiere que las entidades reconozcan un activo intangible si, y sólo si, se cumplen ciertos criterios. La norma también especifica cómo determinar el importe en libros de los activos intangibles, y exige revelar información específica sobre estos activos. (*Contabilidad*, 2004, p. 1).

De ahí, como lo mencionan Guarnizo y Coji (2017), que algunos activos intangibles que no son pronunciados sustancialmente como activos por lo que no existe un registro de su forma contable, se denominan invisibles u ocultos. Se agrupan bajo la connotación de capitales intelectuales, caracterizando así uno de los principales temas contradictorios por analizar y debatir por la junta central de contadores.

Por tanto, es relevante caracterizar los activos intangibles como lo señala Boyd (2018) a nivel empresarial, aunque son muy complejos en su valoración debido a que tienen igual o mejor valor que un activo intangible, y por ello la decisión de visibilizar estos activos es propia de la empresa y muchas de ellas no lo hacen en

el momento de generar sus informes financieros. De allí parte la importancia de esta investigación, ¿cuál es el grado voluntario de divulgar el capital intelectual oculto de las empresas en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)? Con el propósito de determinar el grado voluntario de divulgar el capital intelectual en algunas partes de la zona Cundinamarca – Bogotá, Colombia, y su evolución en un periodo de cinco años, 2017 a 2021. Bajo una metodología cuantitativa y un tipo de estudio explorativo, con el apoyo del modelo Intellectus para medir el capital intelectual de las 23 empresas participantes de la zona Cundinamarca-Bogotá, la recolección de datos se realiza mediante los informes anuales de gestión de estas empresas durante los años 2017 a 2021 y su interactividad con elementos del modelo para establecer los indicadores de medición del CI, con su respectivo análisis desde las temáticas de estos informes.

2. ANTECEDENTES Y MARCO DE REFERENCIA SEGÚN FICCO (2018, p. 11)

Los autores Carlucci y Schiuma (2007, p. 11) indican que el capital intelectual integra y representa el conjunto de activos intangibles que no están incluidos en el balance tradicional, al tiempo que permite evaluar las diferencias entre el valor de mercado y el valor contable de las empresas intensivas en conocimiento. Esta definición aplicada al contexto de las universidades es relevante, debido a que su objeto básico es la prestación de un servicio que, en esencia, es un intangible, que cuenta con el conocimiento como factor clave de éxito.

En Colombia la aplicación de la NIC 38, como lo menciona Wong (2019), aún no se recibe suficiente importancia debido a la gran dificultad de comprender e interpretar su normatividad, dejando de lado la relevancia que tienen los activos intangibles. Esto lleva a que mientras no se aclaren muchas dudas y el gobierno “obligue” a las empresas, todo seguirá en la misma ruta de la contabilidad tradicional.

Sin embargo, muchas empresas han dado importancia al capital intelectual debido a las nuevas necesidades en la creación de valor y rendimiento empresarial. De ahí la importancia que tienen las NIIF, que es romper con el sistema

contable tradicional y lograr que las empresas sean capaces de reflejar todo lo que sucede en su interior y exterior (Means & Schneider, 2000) y que se logre visibilizar en sus estados financieros.

En muchas ocasiones es relevante presentar su información financiera en su totalidad reflejando la diferencia existente entre el valor contable y el de mercado (Beattie, 2005; Brennan, 2001); esta falta de reconocimiento da lugar, en parte, a la diferencia existente entre el valor contable y el valor de mercado. Lo que contribuye a centrar una ventaja competitiva en sus activos intangibles, y ello significa una gran ganancia de utilidad en la información reportada para la toma de decisiones (Mejía y Botero, 2016).

En este sentido, el capital intelectual (CI) según Carlucci y Schiuma (2007, p. 11) integra y representa el conjunto de activos intangibles que no están incluidos en el balance tradicional, al tiempo que permite evaluar las diferencias entre el valor de mercado y el valor contable de las empresas intensivas en conocimiento.

Por tanto, los métodos de valoración (MV) parten de un intangible, de acuerdo con el libro de Ochoa Guevara *et al.* (2022) *Mipymes: una visión del desarrollo organizacional y empresarial Latinoamericano*, en su capítulo III. Dificultad al contabilizar el software contrato en las microempresas y empresas medianas bajo la Norma Internacional Contable NIC. 38, al resaltar que los activos se clasifican y organizan según su naturaleza económica y beneficio futuro, con el fin de lograr valorar su rendimiento.

De ahí que los investigadores de este estudio deciden efectuar una primera etapa hacia la normatividad vigente respecto a la información de CI centrada en algunas empresas de la zona de Cundinamarca y Bogotá que procedan a revelar sus recursos intangibles de manera voluntaria en secciones dentro del informe anual entre los años 2017 y 2021, ya que es el principal medio de comunicación corporativa de las actividades e intenciones futuras de las empresas, o bien por medio de los denominados informes de CI (ICAC, 2002, p. 165).

3. METODOLOGÍA

Para esta primera etapa del estudio se hace una investigación cualitativa, con un tipo de estudio explorativo que se fundamenta en Sampieri (2018), desarrollado en tres momentos

interdependientes, en el M1 se realiza un análisis exploratorio, que implica el análisis del contexto con un marco conceptual previo, en este caso sobre los elementos y subcategorías del CI. El M2: interpretación documental de los informes anuales de las empresas participantes durante cinco años, de 2017 a 2021. M3: Integración de las categorías, subcategorías y elementos asociados al CI para ofrecer una propuesta de fundamentos que permitan continuar su profundización y aplicación en el contexto empresarial en una segunda etapa de esta investigación (Rodríguez *et al.*, 2010).

3.1 Población y muestra

La población estuvo conformada por 86 empresas correspondientes a la zona de Cundinamarca – Bogotá, pero en el momento de revisar las condiciones de como mínimo haber presentado sus cinco informes anuales desde 2017 hasta 2021 y realizar la muestra no probabilística aleatoria y voluntaria solo 23 empresas manifestaron su interés y aceptaron participar en el estudio.

3.2 Recolección de la información

Se hace uso de sitios web institucionales de las empresas participantes para la descarga de sus informes anuales abiertos al público. De igual forma, de las plataformas de información académica y científica, en especial con sus repositorios documentales y las bases de datos seguras con el fin de dinamizar la información, recolectarla y no incurrir en yerros conceptuales que desinformen o muestran datos inequívocos del tema escogido, para cotejar la legislación y métodos de valoración con relación a los activos intangibles, tanto nacional como internacional.

3.3 Procedimiento de la investigación

Para esta primera etapa de la investigación se parte de cuatro fases: Fase 1. Componentes del capital intelectual e informes anuales de gestión de las empresas. Fase II. Clasificación de los modelos para medir el CI. Se hace una revisión de cuatro para determinar los elementos que se incluirán en la medición del CI en las empresas participantes. Fase 3. Estructura de los indicadores para medir el CI del índice voluntario en las empresas, y Fase 4. Análisis descriptivo desde la temática del índice de CI.

4. RESULTADOS DE ANÁLISIS

Ante todo, es importante aclarar, como recomienda Mercado-Salgado (2016) que la información divulgada por las empresas

participantes está dispuesta para permitir que cualquier persona o entidad interesada en conocer sobre la gestión de estas entidades pueda acceder a estas sin inconvenientes. En consecuencia, la información divulgada y que fue recopilada para los fines de la presente investigación no se enfoca de manera directa y concreta en ningún grupo de interés específico, situación sobre la cual tampoco se identifica ninguna alusión o apreciación en la revisión realizada en la documentación respectiva (García-Suárez, 2022).

4.1 Componentes del capital intelectual

En la Figura 1 se observa los tres componentes que conforman el CI, que es el tema principal de este estudio, de acuerdo con los autores Gonzales & Regis (2023) desde: el Capital Humano (CH). Que hace referencia al factor humano de la empresa, donde se resalta sus habilidades, destrezas, aptitudes, *know how*, creatividad y motivación; como resaltan Chang *et al.* (2022) Efectos del CH. El Capital estructural (CE). Llamado también interno, compuesto por la organización quien sostiene el capital humano. Está constituido por las técnicas, normas, procesos, base de datos, procedimientos, propiedad intelectual y programas (*software*) que fortalecen la prestación del servicio o productos que ofrece la empresa (Llano, 2022) y el capital relacional (CR). Llamado también externo, hace referencia a las relaciones en el interior de la empresa con el cliente; haciendo referencia a las marcas, los logos, nombre de compañía, canales de distribución, licencias, franquicias y contratos, lo que lleva a que se considere activo intangible

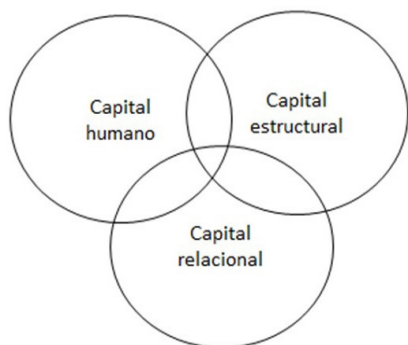


Figura 1. Categorías del capital intelectual no explicitado o especulativo.

Fuente: López y Nevado (2013).

para contabilizarlo comúnmente Carrillo-Hernández & Benavides-Martínez, 2022); el cual está orientado a la producción de conocimiento, información, propiedad intelectual y experiencia adquirida desde una línea de aprendizaje, en función de los objetivos de la organización con sus clientes, considerándose como un capital social (Aguirre *et al.*, 2023).

Sin embargo, Gálvez *et al.* (2022) resaltan que el CR se conecta directamente con el CH, que incluye elementos de actividades de I+D y T&i; muy similar a Hernández (2022), este puede ser positivo o negativo ya que su viabilidad depende de la especulación, bajo unos indicadores que determinan la eficiencia en la interacción de los componentes de CI.

De ahí que los activos intangibles se dividan en dos componentes acorde a Drake (2022) el primero identificables o separables y controlables. Los adquiridos por terceros como derechos de propiedad intelectual, derechos de propiedad industrial, aplicaciones informáticas, derechos de traspaso y franquicias, entre otros. Segundo, los generados internamente como los gastos de I+D y T&i. El segundo, no identificables o no separables y no controlables; llamados también "ocultos", como se observa en la Figura 2, son los generados internamente en las organizaciones desde el capital intelectual con la interactividad del capital humano, estructural y relacional (López, 2017).

Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI (2021), los MV de los activos intangibles

Tienen con base los cálculos de beneficio pasados y beneficios futuros en un mercado



Figura 2. Activos intangibles no visibles (ocultos)..

Fuente: Nevado y López (2007).

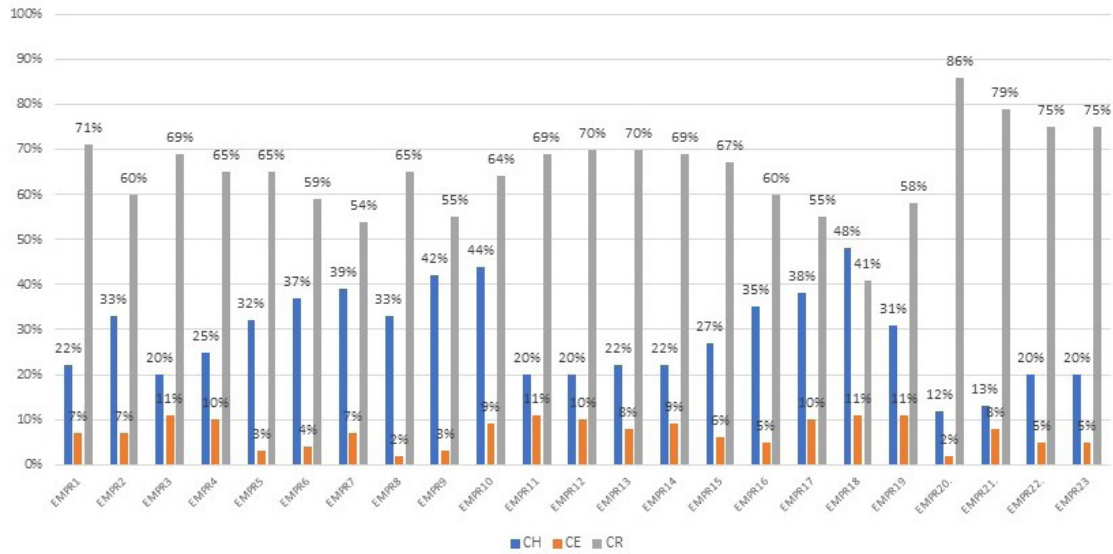


Figura 3. Divulgación de informes por sitios web 2019 - 2022 para la medición del CI en las empresas participantes. Fuente: Elaboración propia

dinámico (Ficco, 2018), al resaltar en todas el valor y el rendimiento relacionados con el costo, ingresos, ganancias y beneficio bruto, desde una planificación del tiempo a corto, mediano y largo. Aun así, los activos intangibles no se ven reflejados en los balances como las demás cuentas que generan ingresos como el efectivo, inventarios y otros. (Nurunnabi *et al.*, (2011).

En la Figura 3 se aprecia el porcentaje de documentación (informe, imágenes, graficas, figuras) y estados financieros revisados en los sitios web institucionales de las 23 empresas participantes en esta investigación agrupada desde las categorías CH, CE y CR.

4.2 Clasificación de los modelos para medir el CI

De acuerdo con Mesa (2018), después de los años 90 existen varios modelos para medir el CI,

pero entre los más utilizados están: el modelo Skandia Navigator de Edvinsson y Malone (1997); el modelo Intellectus de Bueno (2003); el modelo de Intangible Asset Monitor de Sveiby (1997) y las guías Meritum de Cañibano *et al.* (2002).

En la Tabla 1 se hace una clasificación de estos modelos de para medir el CI en categorías, las cuales difieren en nombre y hay cierta similitud entre algunas de ellas. Para esta investigación se toma como base las recomendaciones de los autores Gómez y Maldonado (2012), Macagnan y Fontana (2013) y Herrera (2013) con el modelo Intellectus (Bueno, 2003).

Por tanto, tomando en cuenta los elementos de la Figura 4, se decide por el modelo Intellectus para revisar el CI = CH+CE+CR. Igualmente, como lo menciona Mesa (2021), es importante aclarar que en Colombia, pese a la falta de uniformidad en la estructuración y organización del informe

Tabla 1. Clasificación de elementos de los modelos para medir el CI.

Intellectus	Intangible Assets Monitor	Navegador de Skandia	Meritum
Capital humano	Competencia individual	Capital humano	Capital humano
Capital estructural	Estructura interna	Capital estructural	Capital estructural
Capital relacional	Estructura exterior	Capital de clientes	Capital relacional

Fuente: Mesa (2021).

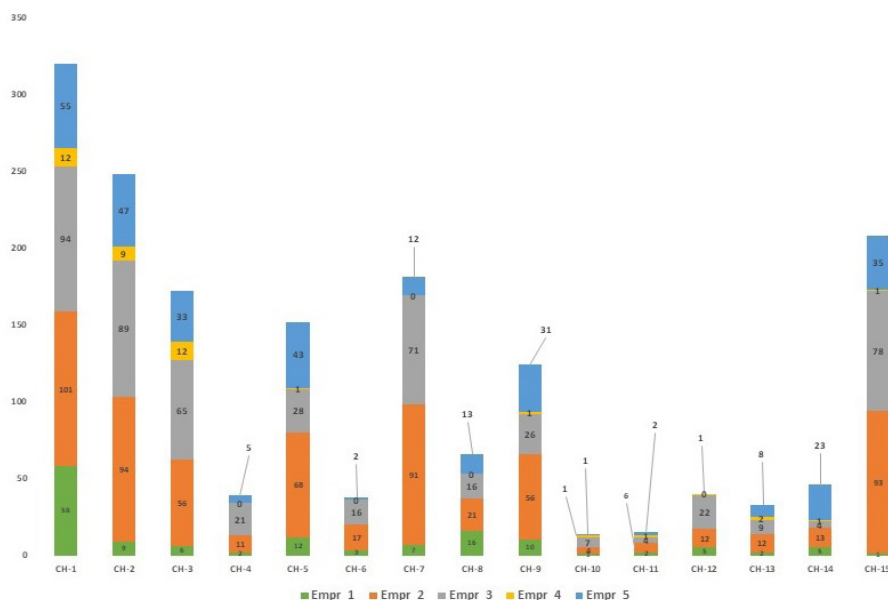


Figura 4. Participación de subcategorías en el componente de CH.

anual de gestión, tipo de archivo y tamaño del documento, se identifica entre los informes anuales divulgados en las empresas participantes de 2017 a 2021, datos relevantes pero en imágenes, fotografías, gráficos y figuras, lo cual se vuelve complejo para medir el CI. Sin embargo, tomando algunos elementos del modelo Intellectus y las recomendaciones de (Rodríguez *et al.*, 2010) al iniciar con los indicadores de medición voluntaria del CI.

4.3 Indicadores para medir el CI voluntario en las empresas participantes

En la Tabla 2 se observa la clasificación y organización de los indicadores que sustenta el modelo Intellectus (Bueno, 2003) seleccionado anteriormente, al lograr clasificar una serie de indicadores en los componentes de divulgación del CI para CH:15; CE=16 y CR=21, respectivamente, con un total de 52 elementos (León, 2017).

4.3.1 Análisis de las subcategorías del CI: años 2017 y 2021

Se inicia el análisis de estas subcategorías para cada uno de los años disponibles en el estudio, se examina individualmente cada una de las 52 subcategorías que conforman el modelo de CI distribuido en las categorías CH, CE y CR, como se ilustra en la Tabla 1, con la finalidad de identificar aquellos elementos informativos más divulgados en el informe anual entre los años 2019 y 2020, con independencia del ejercicio económico al que hagan referencia.

Sin embargo, es necesario contar con una escala de ponderación cuantitativa y cualitativa que dé mayor calidad y valor para las empresas desde las recomendaciones de los autores (Botosan, 1997, p. 334; García-Meca y Martínez, 2005, pp. 306-307; Kang y Gray, 2011, pp. 114-116; Wiseman, 1982, pp. 53-55).

Como se aprecia en la Tabla 3, el tipo de información se clasificó de modo acorde con los documentos consultados en los sitios web institucionales de las empresas participantes, incluyendo sus informes de gestión, los cuales se clasificaron en tres elementos del accionar como: discursiva, numérica y monetaria, de manera que se pudiese determinar la clase de información y la forma como esta es presentada a los grupos de interés para su consulta y conocimiento. Además, se hizo una organización del conjunto de las empresas en cinco grupos por el tipo y objeto de estas, a los cuales se les asignó un nemotécnico para poder presentar mejor la información como: Empr_1. Manufactureras. Empr_2. Tecnología y Telecomunicaciones, Empr_3. Comercial, Empr_4: De Servicios, Empr_5: Agrícolas y Ganaderas.

Se aprecia que los resultados obtenidos en el CH entre las Empr_2 y Empr_3 presentan un mismo comportamiento en cuanto al tipo de divulgación realizado, donde se refleja un interés particular por divulgar información de índole numérica, seguida de información discursiva y finalmente monetaria; mientras que en las Empr_1, Empr_4 y Empr_5 de manera conjunta le dan preponderancia a la divulgación de información monetaria. En la revisión de los estados financieros

Tabla 2. Indicadores de medición para la revelación de los índices del CI.

Capital humano (CH)	Capital estructural (CE)	Capital relacional (CR)
1. Perfil del empleador(a)	1.Descripción de inversiones tecnológicas de información	1.Número de clientes
2. Rendimiento y resultado de los altos directivos (antigüedad de los expertos) Experiencia profesional, Know-how (saber hacer)	2.Inversiones de hardware y software	2.Número de clientes favorables
3. Filosofía del empleador	3.Descripción y gastos en investigación y desarrollo (I+D)	3.Lealtad de clientes
4. Empleados destacados	4.Detalle de licencias, registros y patentes, Copyright	4.Situación del cliente (Reclamos)
5. Información de rendimiento del personal	5.Nuevos productos y servicios	5.Política de fidelización de cliente
6. Política de remuneraciones	6.Productos, servicios y obras en desarrollo	6.Descripción de actividades de marketing y publicidad
7. Descripción de planes de capacitación a empleados	7.Características de productos y servicios	7.Cuota de mercado
8. Descripción de actividades de formación realizadas en el periodo	8.Indicadores de eficiencia de productos y servicios	8.Alianza estratégica
9. Horas en actividades de formación	9.Datos sobre el sistema de información	9.Descripción de los socios de las alianzas estratégicas
10. Contratos favorables	10.Mejoras en los procesos organizativos durante el periodo	10.Actividad de las empresas del grupo
11.Política de seguridad e higiene	11.Política de comunicación interna	11.Pago de dividendos
12. Programa de incentivos	12. Organigrama de la empresa	12.Información sobre inversiones
13. Numero de gerentes / directivos	13. Posición competitiva respecto al sector	13.Política sobre distribución de unidades
14. Formación de los principales directivos	14. Secretos comerciales	14.Información sobre situación financiera
15. Beneficios sociales al personal	15. Perspectivas y pronósticos	15.Medidas de calidad de las empresas
	16. Comentario sobre ventajas competitivas /tecnológicas	16.Políticas medioambientales sostenibles (RES)
		17.Objetivos de la introducción de programas medioambientales sin fin de lucro
		18.Evaluación de la aplicación de los códigos de la ética societarios
		19.Inversiones en obras sociales / entidades sin fines de lucro
		20.Reconocimientos
		21.Descripción de programas sociales

Fuente: Elaboración de los autores.

gran parte de estas empresas, aproximadamente 89%, no presentan el CI oculto desde las NIIF.

Para lograr interpretar mejor los datos objetivos en la Tabla 3 se requiere ilustrar por cada uno de los indicadores de medición (subcategorías) CI el comportamiento de las categorías CE y CR a partir de la estructura de un análisis de divulgación.

4.3.2 Análisis de la divulgación por subcategorías del CH en las empresas participantes

Para conocer un mayor nivel de detalle y

comprensión del fenómeno estudiado en las empresas participantes, en la Figura 4 se visualiza cada una de las subcategorías como CH con un rango de 15 elementos CH-1 al CH-15, descritas anteriormente en la Tabla 1, para las 23 empresas de la muestra en su Informe anual durante los años 2019 y 2020. Se observa que en las subcategorías donde más se divulga el CI es el perfil del empleado, horas de actividades de formación, planes de capacitación y actividades de formación en 91,30%; mientras que las subcategorías políticas de remuneración en

Tabla 3. Tipo de divulgación por CI para cada empresa participante.

Categorías /tipo divulgación	Numero de etiquetas por grupo de empresas participantes					Total
	Empr_1	Empr_2	Empr_3	Empr_4	Empr_5	
1. Capital humano						
Discursiva	106	307	210	36	234	893
Numérica	31	323	311	6	76	747
Monetaria	2	25	29	1	10	56
2. Capital estructural						
Discursiva	101	749	278	45	321	1.494
Numérica	6	365	201	2	43	617
Monetaria	2	191	1	1	53	248
3. Capital relacional						
Discursiva	110	673	478	25	489	1.775
Numérica	12	378	303	5	103	801
Monetaria	1	121	74	3	22	221

Fuente: Elaboración de los autores.

86,96% de las empresas, haciendo hincapié en la visión de su negocio (Alberto, 2018).

4.3.3 Análisis de la divulgación por subcategorías del CE en las empresas participantes

En la Figura 5 se ilustra la subcategoría CE entre las empresas en un rango de 16 elementos CR-1 al CR-16 descritas anteriormente en la Tabla 1. Nuevamente existe gran divulgación entre las Empr_2, Empr_3 y en especial la Empr_5 con las subcategorías de las CE_1, CE_2, CE3 y CE4 y CE5. Pero al revisar la parte de las NIIF en sus

estados financieros sigue oculto el CI, con lo cual es preocupante que solo la divulgación del CI se realice en documentos discursivos, números y monetarios algunos en Word, Excel y otros en imágenes, gráficas y figuras.

4.3.4 Análisis de la divulgación por subcategorías de CR de las empresas participantes

En la Figura 6 se observa el comportamiento de las empresas en cuanto a la subcategoría CR con un rango de 21 elementos CR-1 a CR-21.

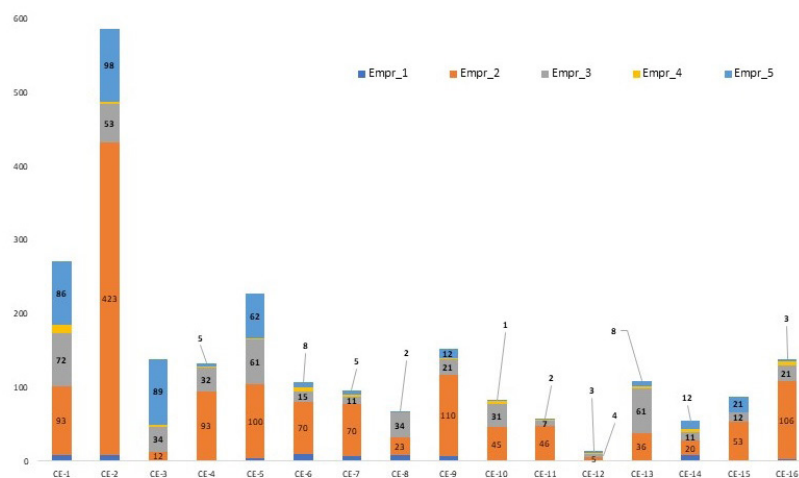


Figura 5. Participación de subcategorías en el componente de CE. Fuente: Elaboración propia.

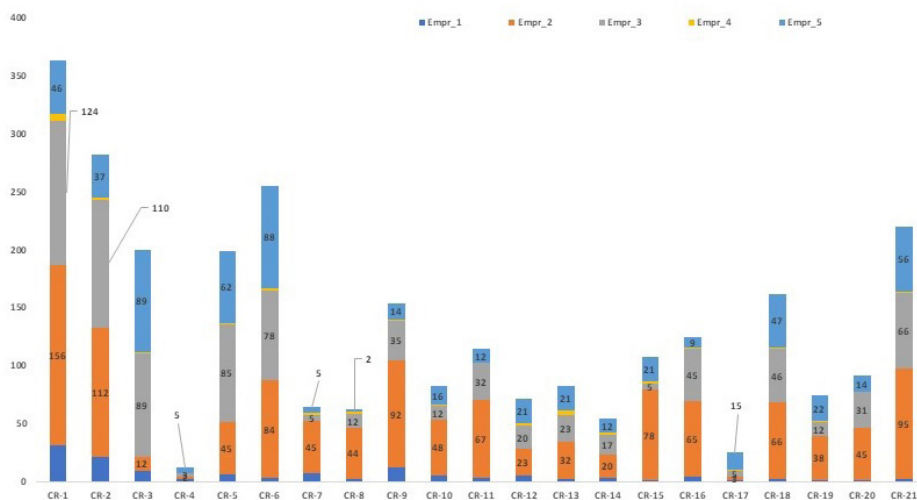


Figura 6. Participación de subcategorías en el componente de CR. Fuente: Elaboración propia.

El consolidado de la divulgación del CI se presenta en la Figura 7, en las categorías CH, CE y CR se observa que la mayoría de las empresas no divulgan su CI. Dados los resultados estadísticos de la NOVA de una vía entre estas y la divulgación del CI (Total) con p-valores de $F = 1,136$ ($p = 0,365$), $F = 0,524$ ($p = 0,721$), $F = 0,48$ ($p = 0,75$) y $F = 0,938$ ($p = 0,404$).

De acuerdo con el análisis de frecuencia se observa que las subcategorías donde la gran mayoría de las empresas no reportan en licencias, registros y patentes, Copyright, nuevos productos y servicios y secretos comerciales, al dejar a un

lado la relevancia de la creación del valor con agentes externos vinculados de manera indirecta en la empresa. De igual modo, en la mayoría no se reporta los contratos divulgados, favorables y la lealtad del cliente.

4.3.5 Análisis de las categorías y medición del CI

Los subíndices de CH, CE y CR están comprendidos entre 1 y 0, siendo el máximo valor donde todas las empresas divulgan y, el mínimo valor 0 donde ninguna reporta. De ahí que la media en cada categoría es: CE: 0,49%, CR: 0,41% y CH: 0,36%

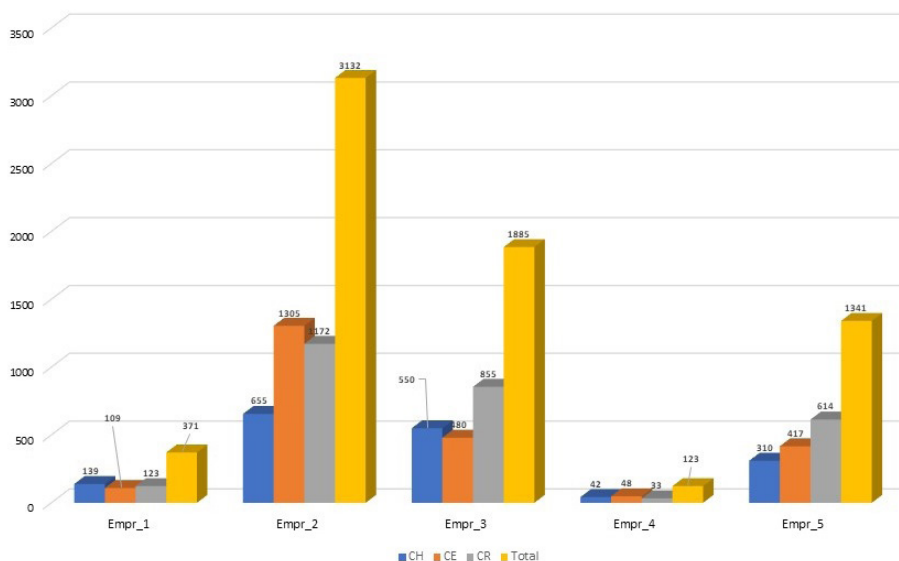


Figura 7. Consolidado de las subcategorías en la medición del CI. Nota. Uso de la herramienta Rstudio®. Los valores correspondientes a F y p de ANOVA de una vía o One-way Analysis of variance. Fuente: Los autores

Tabla 4. Análisis descriptivo de la temática del CI en el Informe Anual.

Año	Mínimo	Máximo	Media	Desv.Tip.
2017	0	0,62	0,40	0,21
2018	0	0,66	0,39	0,20
2019	0	0,70	0,42	0,21
2020	0	0,66	0,43	0,19
2021	0	0,68	0,45	0,19
2017-2021	0	0,70	0,42	0,20

Fuente: Elaboración de los autores.

durante el ejercicio de 2017 a 2021. En la Tabla 4 se presentan los principales estadísticos descriptivos del Índice de CI para cada uno de los años de las empresas participantes.

Aunque se observa un crecimiento muy bajo en cada uno de los años con una media del CI: 42% y una dispersión de DT: 0,2, hay un gran avance para esta investigación al lograr identificar un proceso estadístico para abundar en la segunda etapa de esta investigación, llevada desde la cuantificación e incidencias de las categorías que conforman CI para identificar en los informes financieros de las empresas en dichos periodos la divulgación del CI "oculto" (Garde, 2021).

Se espera también para esta segunda etapa aumentar el número de empresas participantes mayor o igual a 30 para que el estadístico sea significativo y, de igual manera, avanzar en los demás análisis descriptivos desde otros elementos (Gonzales, 2017) como: el carácter, localización y responsabilidad social en las categorías e índices del CI desde el Informe Anual durante los años 2017 a 2021.

Estos resultados del análisis de contenido efectuado en el Informe Anual de las empresas participantes del estudio durante los años 2017 a 2021 se toma con base en un elemento relevante como es el análisis descriptivo desde la "temática". En la Figura 8 se observa que dichas empresas suministran información relativa a su CI, siendo la media porcentual para dichos periodos, 42% para este y para las categorías de CR: 41%, CE: 49% y CH: 39%, se encuentra muy cerca a otros estudios obtenidos, Guthrie *et al.* (1999), Guthrie y Petty (2000), Brennan (2001) y April *et al.* (2003) 40%, 30% y 30%; Bozzolan *et al.* (2003) 49%, 30% y 21%; Abeysekera y Guthrie (2005) 41%, 20% y 36%; Cerbioni y Parbonetti (2007) 31,8%, 49,6% y 18,6% y; Oliveras *et al.* (2008) 59,6%, 18,5% y 21,9% (Herrera-Rodríguez, 2016).

Por lo anterior, no se puede entender, como mencionan los autores Abello-Romero *et al.* (2018) qué puede estar ocurriendo con algunas empresas de la zona Cundinamarca-Bogotá en Colombia, pues no se encuentra fácilmente evidencia de que incluyan en sus informes financieros anuales datos sobre valoración cualitativa y cuantitativa del capital intelectual. Históricamente pareciera que las empresas se siguen manejando bajo los antiguos pilares de la economía de trabajo, tierra, capital. De ahí que es fundamental que el Estado tome cartas en el asunto y revise, dictamine y de alguna manera "obligue" a las empresas a divulgar el CI en sus estados financieros (Yamamoto, 2006).

Pese a la relevancia que tiene el CI, para Sader *et al.* (2022) las organizaciones, en especial aquellas cuyo objeto misional es la prestación de servicios que se fundamentan en la aplicación del conocimiento, se encuentra que solo unas pocas organizaciones han asumido el desafío de intentar medir, gestionar e informar sobre sus activos intangibles (Ramírez, 2010, p. 249), pero no son por el momento publicables.

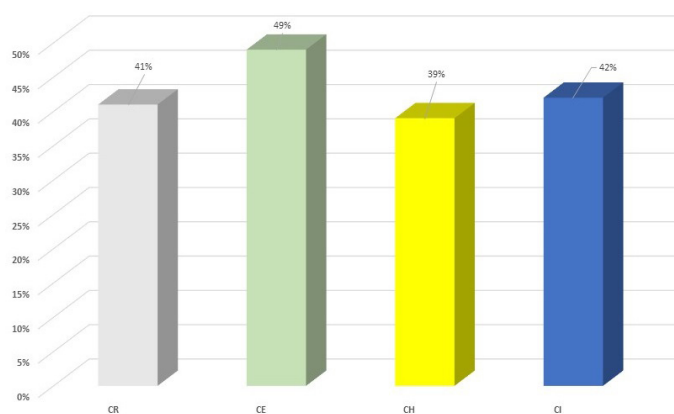


Figura 8. Porcentajes de divulgación del CI en las empresas participantes desde la temática. Fuente: Elaboración de los autores.

Por tanto, al no existir mecanismos que obliguen a la preparación y consecuente divulgación de información sobre CI, el campo de actuación se traslada automáticamente al tipo de divulgación voluntaria, según han sugerido tanto los entes emisores de estándares internacionales de contabilidad e información financiera como algunos autores sobre estos temas (Zéghal y Maaloul, 2011, p. 266).

Esto contribuyen a fortalecer lo anteriormente expuesto los resultados del trabajo de Herrera y Macagnan (2016), donde se señala que "la revelación de información voluntaria es una práctica cada vez más utilizada por las organizaciones" (p. 22), con lo que se ratifica la importancia de promover los estudios e investigaciones en esta temática para continuar alimentando esta investigación.

5. CONCLUSIÓN

En cuanto a la comprobación de las prácticas de divulgación voluntaria sobre CI por parte de las empresas participantes, se encontró que se recurre a los informes anuales de gestión con el fin de revelar aspectos clave relacionados con las actividades del CI. Igualmente, se observa que se requiere un mayor esfuerzo para fortalecer las regulaciones para que estas empresas divulguen su CI "oculto" en sus estados financieros, a fin de lograr la transparencia y acceso a la información pública para el proceso de toma de decisiones y mecanismos de control contables.

Se selecciona el modelo *Intellectus* por contener las categorías revisar el CI = CH+CE+CR. En la Figura 3 como punto de inicio con 52 indicadores, distribuidos en: CH:15; CE = 16 y CR = 21, lo cual permitió por medio de los informes de gestión anual de las empresas clasificar y organizar la información en tres elementos fundamentales como: discursiva, numérica y monetaria, para lograr dar una calificación de 1 a 0, siendo 1 el conteo más alto y 0 elementos nulos, logrando establecer la media y la desviación típica en cada periodo de 2017 a 2018 (Brusca et al., (2019).

Luego se dispone a revisar el tipo de divulgación por CI para cada empresa participante en cada categoría de CR, CE y CH. Allí, predomina la subcategoría Perfil del empleado, que es divulgada en un total de 21 de las 23 empresas, lo que supone que se informa en 91,30% de las

analizadas. Aspecto que parece lógico que sea el más divulgado por las empresas, ya que hace referencia al número total de empleados, a la distribución de la plantilla, a la edad media de la plantilla, etc. Además, le sigue la Filosofía de Gestión, que es revelado por 86,96% de las empresas, haciendo hincapié en la visión de su negocio. Igualmente, los menos divulgados, 0%, son los contratos favorables, los secretos comerciales, la lealtad de clientes y los Copyright.

Por tanto, de acuerdo con los datos ilustrados en la Tabla 5, desde el análisis descriptivo de la temática del CI, realizado con los informes de gestión anual de las empresas participantes, se afirma que estas empresas a través de la media del CI: 42%, el cual es cercano al valor medio y su dispersión de desviación típica es 0,2 no es muy elevada, han divulgado de manera incrementada en cada año este indicador cada uno a su manera, pero solo en documentos, lista, imágenes, objetos, fichas y otro, pero falta lo primordial que la su visibilidad en los estados financieros.

Por último, se presenta el índice de divulgación C: 42% de cada una de las categorías que lo conforman, de modo acorde con el ejercicio realizado con las 23 empresas participantes durante el periodo analizado, 2017 a 2021, como: CR: 41%, CE: 49% y CH: 39%. Siendo el CE uno de los más altos, lo cual es satisfactorio como un avance significativo para el estudio. Sin embargo, sigue la brecha de no reflejar el CI en los estados financieros de dichas empresas.

REFERENCIAS

- Abello-Romero, J., Mancilla, C., Molina, C., & Palma, A. (2018). Relación entre divulgación de información y características de universidades latinoamericanas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(1), 67-89.
- Aguirre, S. M., Bianchi, J., Benedini, B. W., & Fernández, F. N. (2023). Práctica de acción social solidaria en las escuelas medias. *Revista Brasileña de Desarrollo*, 9(2), 7390-7406.
- Bueno, E. (2003). *Modelo intellectus: medición y gestión del capital intelectual*. Madrid: CICIADE.
- Bohórquez, R. (2018). *¿Cuál es el mayor reto que tienen los contadores públicos y cómo deben afrontarlo?* Recuperado de <https://actualicese.com/cual-es-el-mayor-reto->

quetienen-los-contadores-publicos-y-como-deben-afrontarlo/

- Boyd, T. (febrero de 2018). ¿Qué valor tienen los activos intangibles? Obtenido de OMP/REVISTA. https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2017/06/article_0001.html
- Brusca, I., Cohen, S., Manes-Rossi, F., & Nicolò, G. (2019). Intellectual capital disclosure and academic rankings in European universities. Do they go hand in hand? *Meditari Accountancy Research*, 28(1), 51-71.
- Carrillo-Hernández, M. T. D. J., & Benavides-Martínez, B. (2022). El currículo en el siglo XXI: competencias, identidades y profesiones. *Pedagogía y Saberes*, (57), 25-37.
- Cañibano, L., & Sánchez, M. (2009). Intangibles in universities: current challenges for measuring and reporting. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 13(2), 93-104.
- Contabilidad, N. I. (marzo de 2004). Internacionales de Contabilidad. NIC 38 ACTIVOS INTANGIBLES.
- Chang, K. C., Chen, H. S., & Hsieh, C. M. (2022). Efectos del capital relacional sobre la relación entre el apego al lugar y la participación de los residentes. *Revista de Psicología Social Aplicada y Comunitaria*, 32(1), 19-41.
- Drake, A. (2022). *Tomando en serio los determinantes sociales del cuidado y sus consecuencias* Tania Burchardt.
- Edvinsson, L., & Malone, M. S. (1997). *Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower*. New York, NY.
- Ficco, C. R. (2018). *La relevancia valorativa de los activos intangibles y del capital intelectual en el mercado de capitales argentino*.
- García-Suárez, J. J. (2022). *Revelación voluntaria de información del "capital intelectual" en universidades públicas latinoamericanas. Caso: Brasil, Argentina, México, Chile y Colombia*.
- Garde Sánchez, R., Rodríguez Bolívar, M. P., & López Hernández, A. M. (2021). Which are the main factors influencing corporate social responsibility information disclosures on universities' websites. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(2), 524.
- Gálvez Fernández, A. R., Borrás Atienzar, F. F., & Abadía Lugo, J. R. (2022). La gestión del capital intelectual en la banca comercial camagüeyana. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 10(1).
- Gómez, J., & Maldonado, G. (2012). Tendencias de la divulgación de información sobre capital intelectual en Colombia. *Economía, Gestión y Desarrollo* (14), 65-83.
- Gonzales Chávez, B. L., & Regis Sánchez, T. L. (2023). *Factores financieros que explican la extensión de revelación de información voluntaria de activos intangibles, no exigida por la NIC 38, de las empresas financieras que cotizan en la bolsa de valores peruana*.
- Gonzales Orozco, M., & Duque Torres, D. (2017). *Metodología para la valoración financiera de activos intangibles*. Ed. Pereira, 29. Recuperado de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/8423/6573G643.pdf?sequence=1>.
- Guarnizo, Y., & Coji, B. (2017). *¿Cómo impacta la implementación de las normas internacionales de información financiera (NIIF) en pequeñas y medianas empresas?* Corporación Universitaria Minuto de Dios, Facultad de Ciencias Empresariales, Contaduría Pública.
- Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw-Hill.
- Hernández Almanza, A. R. (2022). *El impacto del gobierno corporativo y la divulgación de capital intelectual en la rentabilidad de las empresas no financieras listadas en la Bolsa Mexicana de Valores*.
- Herrera, E. E. (2013). Factores que explican la extensión de revelación de activos intangibles de los bancos que cotizan en la bolsa de valores de Panamá. *Contaduría y administración*, 58(3), 173-202.
- Herrera-Rodríguez, E. E., & Macagnan, C. B. (2016). Revelación de informaciones sobre capital estructural organizativo de los bancos en Brasil y España. *Contaduría y Administración*, 61(1), 4-25. doi: 10.1016/j.cya.2015.09.007
- Ley 1314 de 2009. Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e

información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y otras disposiciones. Bogotá.

- León Saltos, A. C., & Mancheno Saá, M. J. (2017). Componentes del capital intelectual Un enfoque hacia la innovación de las organizaciones. *Revista Publicando*, 4(2), 302-314.
- López, C., & Pontet Ubal, N. (2011). Ventajas competitivas sustentables a través del capital intelectual integrando las complementariedades entre la teoría institucional y la teoría de recursos. *Revista del Instituto Internacional de Costos*, 8, 47-59.
- Llano, E. L. G. (2022). El Capital Intelectual en las Instituciones de Educación Superior y el desempeño organizacional. Una Revisión Teórica desde 2018 al 2022. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 2159-2183.
- Macagnan, M., & Fontana, B. (2013). Factors explaining the level of voluntary human capital disclosure the Brazilian capital market. *Intangible Capital*, 9(1), 305-321.
- Mejía, D., & Botero, P. (2016). Efectos de la implementación de la NIC 38 en Colombia. Medellín, 5-21.
- Mercado-Salgado, P. (2016). Validez inicial de una escala de medición del capital intelectual en universidades. *Universitas Psychologica*, 15(2), 109-119.
- Nurunnabi, M., Hossain, M., & Hossain, M. (2011). Intellectual capital reporting in a South Asian country: evidence from Bangladesh. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 15(3), 196-231.
- Ochoa Guevara, N. E., Caballero Palomino, S. A., Ochoa Guevara, S. P., & Acuña Reyes, D. M. (2022). *Mipymes: una visión del desarrollo organizacional y empresarial Latinoamericano*.
- OMPI, D. (2021). *Organización Mundial de la propiedad intelectual*.
- Ramírez, Y. (2010). Intellectual capital models in Spanish public sector. *Journal of Intellectual Capital*, 11(2), 248-264. doi:10.1108/14691931011039705
- Rodríguez, L., Gallego, I., & García, I. (2010). Determinantes de la divulgación voluntaria de información estratégica en internet: un estudio de las empresas españolas cotizadas. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(1), 9-25.
- Sader, G., Tissera, P. M., & Verón, C. S. (2022). Información a revelar sobre sostenibilidad y su relación con el capital intelectual. Análisis en el marco de los proyectos de normas internacionales.
- Wong Ramos, M. O. (2019). *El capital intelectual como estrategia para mejorar la competitividad de la empresa Areco SAC Chiclayo-2018*.
- Yamamoto, M., & Salotti, B. (2006). *Informação contábil: estudos sobre a sua divulgação no mercado de capitais*. São Paulo, Brasil: Editora Atlas.
- Yi, A., & Davey, H. (2010). Intellectual capital disclosure in Chinese (mainland) companies. *Journal of Intellectual Capital*, 11(3), 326-347. <https://doi.org/10.1108/14691931011064572>
- Zéghal, D., & Maaloul, A. (2011). The accounting treatment of intangibles – A critical review of the literature. *Accounting Forum*, 35, 262-274

