

# **INSTITUCIÓN DE PROCEDENCIA:**

**Universidad Tecnológica de Tijuana**

## **TÍTULO DE LA PONENCIA:**

**Capital intelectual, su repercusión en los estados financieros con base en las normas internacionales de información financiera (NIIF)**

## **AUTOR:**

**IFF. Edna Cristel Vargas García**

**M.C. José David Victoria Pico**

**M.C. Juan Manuel Sánchez Serafín**

## **TEMÁTICA DEL CONGRESO EN QUE SE INSERTA LA PONENCIA:**

**Modelo educativo, planes y programas de estudio**

## **DATOS DE IDENTIFICACIÓN:**

**Celular: 045664-204-8170**

**[naed\\_atena@hotmail.com](mailto:naed_atena@hotmail.com)**

**[jdavid.victoria@uttijuana.edu.mx](mailto:jdavid.victoria@uttijuana.edu.mx)**

**[académico@uttijuana.edu.mx](mailto:académico@uttijuana.edu.mx)**

**DOMICILIO POSTAL: Carretera Libre Tijuana-Tecate Km. 10, Fraccionamiento, El Refugio, Quintas Campestre, C.P. 22253, Tijuana, Baja California.**

# ÍNDICE

Resumen.....	3
Descripción del problema.....	3
Objetivo general.....	3
Objetivo específico.....	3
Metodología de la investigación.....	4
Capital Intelectual.....	4
Antecedentes	
Conceptos	
Integración y estructura.....	7
Importancia.....	10
Gestión del Conocimiento, antecedentes.....	10
Conceptos	
Contabilidad de Activos Intangibles.....	15
Definición, naturaleza y características	
Bolsa mexicana de valores: empresas que reportan valores intangibles.....	17
Bolsa mexicana de valores: empresas	
Empresas de sector entretenimiento	
Resultados.....	23
Conclusión.....	24
Bibliografía.....	25

## **RESUMEN**

Durante la última década del siglo pasado se desarrolló un concepto novedoso de gran impacto - debido a su falta de medición y tangibilidad dentro de las corporaciones, originándose lo que actualmente se conoce como “Capital Intelectual” (CI) que, sin lugar a dudas, constituye un campo novedoso y complejo. Sin embargo, durante el año de 1969 el famoso economista, John Kenneth Galbraith (1908-2006), utilizando el concepto CI otorgó las pistas para afrontar el desajuste generado entre el valor contable y el valor de mercado de una compañía. En lugares como México y España la investigación que existe es muy limitada a pesar del interés captado por empresarios y académicos, debiendo su inicio a lugares como Suecia y Estados Unidos.

El desajuste mencionado anteriormente abre un nuevo campo de exploración debido a que, en la actualidad, no se cuenta con el sistema contable necesario para codificar el valor de los intangibles quienes influyen y que algunos expertos consideran la razón de la diferencia encontrada entre el valor contable y el valor de mercado de la compañía. Santiago Alberto Mantilla Contador Público en Bogotá Colombia, por su parte en un artículo titulado “CAPITAL INTELECTUAL” expone; “algunas personas entienden el capital intelectual solamente a partir de la gestión moderna de los recursos humanos (gerencia del talento humano), o quienes pretenden contabilizarlo a través de cuentas de orden cuando ven que los esquemas contables tradicionales no funcionan (Mantilla, 2000)”, por ende relativo al CI es posible identificar un concepto de contabilidad, entendiéndola solo como un registro tradicional de partida doble dejando ver su inutilidad en las empresas actualmente o en vista a un nuevo concepto de acuerdo a las circunstancias generadas en la actualidad, como una cadena de valor que explica la coherencia en el proceso requerido en la transformación de datos en información y posteriormente en conocimiento.

Por lo cual una de la problemáticas es que se requiere conocer la información sobre la forma en la que el CI puede gestionarse otorgando a la empresa un valor añadido, además de la falta de medición, tomándolo como un activo intangible, que dificulta su contabilización y por consiguiente los estados financieros de las empresas no muestran de forma cuantitativa y cualitativa los elementos que integran el CI, la interrogante sería: ¿Puede el CI ser medido y contabilizado mediante los modelos de gestión del conocimiento?.

## **DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

El problema que enfrenta la mayoría, sino es que todas las empresas, se debe a que gran parte de su capital intelectual está generalmente vinculado con el ser individual de sus empleados, prácticamente, lo que ellos se llevan a sus casas (conocimiento y experiencia) cuando salen de la oficina todos los días y lo regresan, al ingresar al día siguiente. Esto es, en la proporción en que las personas que cuentan con los conocimientos, habilidades y destrezas necesarias, son competentes y valiosas para la empresa, se estaría yendo parte del capital intelectual si deciden retirarse, ya que dicho valor sólo se tiene más no se posee. Se necesita resaltar que no existe un modelo único y general de capital intelectual, pues todos van asociados a una estrategia corporativa y, en función de esto, a la importancia de cada factor, derivado de esto cada organización dicta los indicadores para medir los capitales que más convengan a sus intereses. Por lo tanto es imprescindible unificar criterios que nos permitan visualizar de manera uniforme y generalizada el efecto de este activo intangible en nuestros estados financieros.

## **OBJETIVO GENERAL**

Identificar, mediante el estudio, de una pequeña muestra, de las empresas mexicanas que cotizan en la BMV, si han sido reflejados en sus estados financieros elementos intangibles y de ser posible el desglose de los mismos, lo anterior, como resultado de la aplicación de los métodos de gestión del talento humano y la contabilización del mismo por parte de la empresa.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Identificar y fundamentar el sistema utilizado para la contabilización del Capital Intelectual en las empresas con base en las normas contables y financieras internacionales generalmente aceptadas
- ✓ Determinar las características para el manejo contable del Capital Intelectual.

## **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Se desarrollará una investigación documental, descriptiva, no experimental, transversal, mediante la consulta de libros, revistas, artículos, tesis, etc. relacionados con el capital intelectual. Así como el estudio de las empresas mexicanas que coticen en la Bolsa Mexicana de Valores, aplicando un filtro para identificar cuáles de ellas reflejan en sus reportes anuales elementos intangibles y de ser posible el desglose de los mismos.

## **CAPITAL INTELECTUAL**

### **ANTECEDENTES**

El capital intelectual actual surge como un proceso de creación de valor fundamentado en la interacción que surge del capital humano y el capital estructural, donde la constante innovación y renovación vienen a transformar y refinar el conocimiento de forma individual dentro de las organizaciones, tratando de explicar la diferencia en los métodos por medio de los cuales se realiza la valoración de las empresas, esto es, la diferencia que existe entre el valor contable y el valor de mercado de una compañía y posteriormente como respuesta en la explicación, aplicación y aprovechamiento de las circunstancias del mundo actual.

Con la identificación del CI en las empresas surgió la necesidad de realizar la gestión de dicho recurso, por lo que la práctica empresarial de la gestión como tal, existe desde hace muchos años, sin embargo la aplicación de la gestión del CI es reciente.

La globalización, integración económica, el libre comercio, el vínculo entre países, sectores, empresas, grupos u organizaciones, son tomados como uno de los primeros indicios del cambio hacia una nueva sociedad, para dicho proceso fue invaluable el paso dado por las tecnologías dando pie a la interacción en tiempo real, aún en lugares geográficamente distantes.

La gestión del conocimiento se genera por la necesidad de administrar el conocimiento que se posee en la empresa a consecuencia del surgimiento de la sociedad del conocimiento.

Toda la gestión busca que el capital intelectual de una organización aumente significativamente por medio de la administración de sus capacidades para la solución de problemas en forma creciente, con el objetivo final de generar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo, lo que implica gestionar todos los activos intangibles que aportan valor a la organización para conseguir capacidades o competencias esenciales, por lo que es un concepto dinámico.

## CONCEPTOS

Las definiciones dadas al concepto de Capital Intelectual (CI) generalmente no son muy precisas e intentar llegar a una definición o concepto que sea claro, completo y que además pueda admitirse globalmente por especialistas no es algo sencillo pues se trata de un elemento de múltiples dimensiones, de elementos intangibles que otorgan a una empresa ventajas competitivas que sean sostenibles y durables respecto de otras empresas que generan el mismo producto/servicio, en iguales condiciones geográficas, mismo capital, capacitadas con la misma tecnología, tamaño y número de empleados.

- (Edvinsson,1996) “Una corporación es como un árbol. Hay una parte que es visible (las frutas) y una parte que está oculta (las raíces). Si solamente te preocupas por las frutas, el árbol puede morir. Para que el árbol crezca y continúe dando frutos, será necesario que las raíces estén sanas y nutridas. Esto es válido para las empresas: si sólo se concentran en los frutos (los resultados financieros) e ignorar los valores escondidos, la compañía no subsistirá en el largo plazo”.
- Carlos Alberto Mejía C., Consultor de Plannin, S, A., en un artículo publicado por la misma empresa en Febrero de 2003, define al CI como el conjunto de conocimientos, experiencias, organización, cultura, destrezas y reconocimiento que caracterizan a una compañía, las cuales, han sido desarrolladas o adquiridas por la empresa y las personas que se desempeñan en ella.

Otros conceptos que se manejan de CI son los siguientes:

- Hace referencia a la combinación de activos inmateriales que permiten funcionar a la empresa, (Brooking, 1997).
- Material intelectual, conocimiento, información, propiedad intelectual, experiencia, que puede utilizarse para crear valor. Es fuerza cerebral colectiva. Es difícil de identificar y aún más de distribuir eficazmente. Pero quien lo encuentra y lo explota, triunfa. El mismo autor afirma que en la nueva era, la riqueza es producto del conocimiento, éste y la información se han convertido en las materias primas fundamentales de la economía y sus productos más importantes, (Stewart, 1997)
- Posesión de conocimientos, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con clientes y destrezas profesionales que dan una ventaja competitiva en el mercado. (Edvisson y Malone, 1997).
- Conjunto de Activos estratégicos para el negocio que gestionados de forma eficiente, aportan valor y es un factor esencial para una empresa. (Pricewaterhousecooper, 2001).
- "Conjunto de activos de una empresa que no están reflejados en los estados financieros, pero que generan o generarán valor en un futuro"(Rivas, 2002).

## INTEGRACIÓN Y ESTRUCTURA

Como ya se ha mencionado anteriormente, los autores a lo largo del desarrollo del CI han adoptado diversas clasificaciones del mismo. La mayoría concuerda en que el CI está integrado por el Capital Humano (CH), Capital Estructural (CE) y por el Capital Relacional (CR):

$$CI = CH + CE + CR$$

Entre las clasificaciones de los elementos del capital intelectual (Mantilla, 2002), se encuentra la siguiente:

### *"1. Capital humano*

Saber cómo

Educación

Calificación vocacional

Conocimiento relacionado con el trabajo

Valoración ocupacional

Valoración sicométrica

Competencias relacionadas con el trabajo

Espíritu emprendedor, capacidad de innovar, habilidades proactivas y reactivas, capacidad de cambiar.

### *2. Capital estructural (organizacional)*

#### *2.1 Propiedad intelectual*

Patentes

Copyright

Derechos de diseño

Secretos comerciales

Marcas registradas

Marcas de servicio

#### *2.2 Activos infraestructurales*

Filosofía de la administración

Cultura corporativa

Procesos gerenciales  
Sistemas de información  
Sistemas de trabajo en red  
Relaciones financieras

*3. Capital relacional (del cliente)*

Marcas  
Clientes  
Lealtad del cliente  
Nombres de la compañía  
Ordenes en espera  
Canales de distribución  
Colaboración de negocios  
Acuerdos de licencias  
Contratos favorables  
Acuerdos de franquicias"

En el capital humano se valora el conocimiento que los empleados poseen y puede verse desarrollado a lo largo de la relación laboral en la empresa por medio de la capacitación y la experiencia. Si una organización no cuenta con el personal que cumpla las especificaciones que se requieren para desarrollar las funciones específicas del puesto para el que se le está contratando, no tiene futuro, lo que genera que los resultados reales no sean adecuados para el desarrollo de la empresa.

El capital estructural se encuentra formado por todos aquellos programas, equipos, propiedad industrial y todos los bienes que ayudan al personal realizar las actividades diarias de las organizaciones, sin éste capital, el talento humano no podría materializar lo invisible del capital humano.

El capital relacional se obtiene de la conexión que puede generarse entre la empresa y sus clientes, proveedores, acreedores y todo el personal externo a la empresa, generando un valor agregado por el reconocimiento que obtiene en la sociedad.

El enfoque estadounidense, Sociedad del Conocimiento se refiere al dominio del saber y la forma en que se manejan los conocimientos para el desarrollo económico de la organización. Esto se resume en las transformaciones sociales que se están produciendo en la sociedad moderna y sirve para el análisis de estas transformaciones. El conocimiento es considerado como un factor clave en la creación de valor de la empresa, obteniendo como respuesta la necesidad de saber cuál es el conocimiento disponible en la empresa, entenderlo, atraerlo, aplicarlo, retenerlo y desarrollarlo para crear o adquirir saber en beneficio para la empresa (Nonaka, 1996).

#### **1.4 IMPORTANCIA**

El capital intelectual es visualizado como un valor intangible que pasa a generar utilidad adicional a la empresa, la distingue de sus homólogas, constituyéndose como elementos claves para obtener ventajas competitivas; por lo que su identificación e inversión, se convierte en un objetivo principal. Además, actualmente se recurre a desarrollar programas de gestión para su máximo aprovechamiento con lo cual, queda claro que, el desempeño actual de la sociedad dependerá de lo que logren hacer para preparar a su gente; desarrollar capacidad de investigación e innovación, crear sistemas para que las personas puedan acceder, guardar, procesar y usar información sobre la inversión en la formación del capital intelectual.

Sin embargo; la contabilidad ha evolucionado, debido a los dilemas que ha enfrentado la sociedad en todo el mundo en los aspectos sociales, económicos y culturales; la globalización, los cambios en la oferta y la demanda de productos o servicios sofisticados y de mejor calidad, desarrollo de tecnologías de información y comunicación, capacitación, etc., son claro ejemplo de ello, por lo que, la contabilidad, se ha vuelto flexible en cuanto a las necesidades financieras y de información en las empresas a través del tiempo.

Para concretizar, la importancia del capital intelectual reside en el futuro del negocio, pues este dependerá de la aplicación y desarrollo del conocimiento, de la continua atracción, retención y desarrollo de capital intelectual y la contabilidad necesita generar los instrumentos necesarios para su registro y medición, esto aportará una nueva visión de la contabilidad y la información financiera que pueda proporcionar a los directivos de las empresas para la toma eficaz de decisiones.

## **GESTIÓN DE CONOCIMIENTO (GC) ANTECEDENTES**

La práctica empresarial de la gestión como tal, existe desde hace muchos años, pero cronológicamente no existe mucha historia. Algunos autores señalan a Henry Ford como pionero de la gestión industrial, desde esa época hasta la actualidad no existe mucha diferencia en cuanto al concepto, pues el significado de gestión es el mismo, lo que ha cambiado es el contenido de la gestión.

La GC encontró su origen en los años noventa con el término *Knowledge Management*, que en castellano significa gestión del conocimiento.

Algunos empresarios pensaron que esta era sólo una moda que pasaría al olvido con el paso del tiempo al igual que muchas otras, pidiendo a sus consultores que ampliaran los conceptos para convencerse de que el impacto en la empresa no sería pasajero, obteniendo como resultado, años después, que las empresas nombraran gerentes de capital intelectual o hayan puesto en práctica algún proyecto para gestionar el conocimiento en su empresa.

La globalización, integración económica, el libre comercio, el vínculo entre países, sectores, empresas, grupos u organizaciones, son tomados como uno de los primeros indicios del cambio hacia una nueva sociedad, para dicho proceso fue invaluable el paso dado por las tecnologías dando pie a la interacción en tiempo real, aún en lugares geográficamente distantes.

Leadbeater (1999) revela dos aspectos centrales que nos permiten identificar esta nueva economía:

1. Se observa un crecimiento de la producción y el consumo de bienes y servicios inmateriales.
2. Se incorpora cada vez más tecnología y conocimiento más intensivo.

Todo esto de la gestión del conocimiento se genera por la necesidad de administrar el conocimiento que se posee en la empresa a consecuencia del surgimiento de la sociedad del conocimiento.

Considerando, además los objetivos que persigue la gestión del conocimiento:

- ✓ Identificar los conocimientos particulares de la organización.
- ✓ Aprovechar la información y los conocimientos internos y externos de la organización.
- ✓ Agrupar los conocimientos dependiendo de los objetivos de la organización.
- ✓ Garantizar el flujo y el crecimiento constante del conocimiento en la organización.
- ✓ Garantizar que se disponga del conocimiento necesario en el momento y lugar adecuados.
- ✓ Utilizar los flujos de conocimientos existentes en todos los procesos para mejorar la eficiencia y la calidad en el trabajo.

Para el cumplimiento de los objetivos anteriores, se consideran las siguientes actividades principales de gestión del conocimiento:

1. Creación. Aportación de nuevos conocimientos.
2. Captura. Transformación del conocimiento tácito y explícito.
3. Organización. Clasificación y categorización para almacenamiento y recuperación.
4. Acceso. Diseminación del conocimiento a los usuarios.
5. Uso. Aplicación de conocimientos a los objetivos incorporados.

Toda la gestión busca que el capital intelectual de una organización aumente significativamente por medio de la administración de sus capacidades para la solución de problemas en forma creciente, con el objetivo final de generar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo, lo que implica gestionar todos los activos intangibles que aportan valor a la

organización para conseguir capacidades o competencias esenciales, por lo que es un concepto dinámico.

## **CONCEPTOS**

Actualmente algunos autores han tenido problemas enfrentándose al significado de los términos: datos, información y conocimiento, por lo que, antes de dar una definición de gestión de conocimiento habrá que exponer los conceptos que nos llevan a él.

Encontramos que datos son hechos, información, estadísticas o similares, tanto históricos como derivados del cálculo o experimentación, hechos objetivos acerca de eventos y dentro del ámbito empresarial pueden ser descritos como registros estructurados o transacciones.

Ahora bien, las organizaciones necesitan almacenar datos y algunos organismos, como por ejemplo, bancos y organismos oficiales dependen estrechamente de ellos y el registro de estos datos están en la cultura de datos y la gestión efectiva de los mismos es fundamental en el éxito de la empresa. Sin embargo, por una parte demasiados datos dificultan su identificación y el sentido de los mismos, además de que los datos carecen de sentido, porque describen sólo parcialmente lo que ocurre sin proporcionar algún juicio o interpretación que permita la toma de decisiones. El dato en esencia no dice lo que se debe hacer, pero el hecho de ser la materia prima con la que se elabora la información le da importancia.

Por información se considera al conocimiento comunicado o recibido, concerniente a hechos o circunstancias particulares. Cualquier conocimiento adquirido mediante comunicación, investigación, instrucción y se maneja como sinónimo de dato, hechos, inteligencia o consejo. Según Peter Drucker (2003), la información son fundamentos dotados de relevancia y propósito, diferenciando datos e información con el ejemplo de que un buen gestor tiene en cuenta los controles en la cadena de montaje que aseguren la calidad de los productos, de vez en cuando aparecen productos con algún defecto, pero son meros datos y no son preocupantes, mientras el número no exceda de una distribución de probabilidad aceptable. Cuando el número de

productos defectuosos rebase el límite, el dato se convierte en información y representa una llamada para una acción correctiva.

A diferencia de los datos, la información tiene sentido, no solo potencial de modelar al receptor, sino que en sí misma tiene forma, está organizada con algún propósito, guardando relación al convertirse los datos en información al añadirle sentido al ser, contextualizados, categorizados, calculados, corregidos y condensados.

Mientras tanto, al conocimiento se le entiende como la aprehensión de hechos, verdades o principios como resultado de estudio, investigación, instrucción o erudición general. Todo lo anterior, crea una confusión al equiparar a la información con el conocimiento y, al mismo tiempo, se maneja como sinónimo de dato, deduciendo que dato y conocimiento son la misma cosa.

De acuerdo con Thomas H. Davenport, en sus estudios de 2001 el conocimiento es una mezcla fluida de experiencia, valores, información contextual y apreciaciones expertas que proporcionan un marco para su evaluación e incorporación de nuevas experiencias e información. Se origina y aplica en la mente de los conocedores. En las organizaciones esta, a menudo, embebido no solo en los documentos y bases de datos, sino también en las rutinas organizacionales, en los procesos, prácticas y normas.”

Como resultado de todo lo anterior se define a la gestión del conocimiento como al conjunto de procesos sistemáticos (identificación y captación del capital intelectual; tratamiento, desarrollo y compartimiento del conocimiento y su utilización) orientados al desarrollo organizacional y/o personal, a la generación de una ventaja competitiva para la organización.

También es considerada como el conjunto de procedimientos, reglas y sistemas destinados a captar, tratar, recuperar, presentar y transmitir los datos, informaciones y conocimientos de una organización, dicha captación puede realizarse interior o exteriormente de la organización con la finalidad de constituir un *stock* de conocimientos que puedan aplicarse a las actividades y así mejorar la eficiencia.

## **CONTABILIDAD DE ACTIVOS INTANGIBLES**

### **DEFINICIÓN, NATURALEZA Y CARACTERÍSTICAS**

“Aquellos activos no circulantes que sin ser materiales o corpóreos son aprovechables en el negocio”. (Norma Internacional de Contabilidad)

Los activos intangibles son el resultado de la incorporación de la información y el conocimiento a las distintas actividades productivas de la organización (Bueno, 1997). Podemos afirmar, por tanto, que el conocimiento constituye un factor clave en la construcción de ventajas competitivas debido a que tanto los recursos intangibles como las capacidades que los movilizan son formas de conocimiento.

EL Financial Reporting Standard 10 define a los activos intangibles como aquellos no financieros que no tienen sustancia física pero que son identificables y controlados por la entidad a través de derechos legales o custodia física. Esta norma comprende que un activo intangible es identificable, cuando puede disponerse separadamente de él sin tener que depender del negocio de la empresa.

En esta definición se destaca que estos elementos deben cumplir dos condiciones simultáneamente:

- ✓ Las de ser intangibles propiamente (no monetarios, identificables y sin sustancia), y
- ✓ Las correspondientes a todos los activos empresariales (control por la empresa y esperanza de beneficios futuros), poniéndose así de manifiesto el carácter restrictivo que indicábamos, ya que excluye explícitamente del ámbito de la norma a ciertas inversiones en intangibles de gran importancia para la empresa, tales como las realizadas en publicidad y recursos humanos (Cañibano, 1999). En definitiva, dejaría fuera a una gran parte de los elementos integrantes del Capital Intelectual.

Generalmente se caracteriza por su falta de existencia física y por un alto grado de incertidumbre en lo que respecta a los beneficios futuros. La falta de existencia física no es en sí misma un criterio satisfactorio para diferenciar un activo intangible de uno tangible.

Los activos como los depósitos bancarios, las cuentas por cobrar y las inversiones a largo plazo carecen de sustancia física, y sin embargo la mayoría de los contadores los clasifican como un activo tangible.

Algunos contadores señalan que, las características básicas de los activos intangibles se encuentran en su alto grado de incertidumbre respecto de los beneficios futuros a obtener.

Los tipos más comunes de activos intangibles en el enfoque tradicional son:

1. Patentes.
2. Derechos de autor y propiedad intelectual.
3. Concesiones.
4. El crédito mercantil.
5. Los costos de organización.
6. Las marcas y nombres de fábrica.
7. Arrendamiento y mejoras.

Existen varios razonamientos en el establecimiento de una clasificación para dichos activos, la aquí presentada se basa en diversos criterios que han sido utilizados para informar contablemente de ellos:

a) Se agrupará a los activos intangibles en:

- ✓ Activos intangibles visibles. Son aquellos en los que existe regulación por parte de distintas normativas, analizando y comparando el tratamiento que se ofrece de los mismos, ya que no existe un criterio único recogido por las distintas disposiciones normativas y que sea aceptado de forma unánime por la doctrina.
- ✓ Activos intangibles ocultos. Son aquellos otros activos intangibles, que al no ser considerados como activos, no figuran actualmente en las cuentas anuales debido

a una falta de legislación, también suelen ser agrupados como capital intelectual y constituyen uno de los temas a ser debatidos por los investigadores contables (Nevado Peña, 1999:11).

Consiste en dividir los activos en identificables (separables) y controlables de los que no lo son. De esta forma tenemos que las patentes, marcas, aplicaciones informáticas y derechos de traspaso se consideran como claramente identificables, mientras que la clientela, la estructura organizacional, el prestigio y la creatividad de la organización pasan a ser difícilmente reconocidas aisladamente.” (Nevado Peña, et al. 1999:11).

## **BOLSA MEXICANA DE VALORES: EMPRESAS QUE REPORTAN VALORES INTANGIBLES**

### **BOLSA MEXICANA DE VALORES: EMPRESAS**

La Bolsa Mexicana de Valores (BMV) está considerada como un foro en el que se llevan a cabo las operaciones del mercado de valores, con el fin de facilitar las transacciones entre empresas que oferten acciones o valores e inversionistas que deseen invertir capital y de esta forma intentar proteger e incrementar su ahorro, proporcionando recursos que apoyan, tanto a las empresas privadas como al sector de gobierno, al financiamiento de proyectos productivos y de desarrollo, que generan empleos y aumentan la riqueza del país.

Estos son mercados organizados que contribuyen a que las actividades de transacciones de financiamiento se realicen de manera libre, eficiente, competitiva, equitativa y transparente, atendiendo a ciertas reglas acordadas previamente por todos los participantes en el mercado.

Las empresas en busca de financiamiento (dinero) para su operación o proyectos de expansión, pueden obtenerlo a través de la emisión de valores (acciones, obligaciones, papel comercial, etc.), en el mercado bursátil puesto a disposición de los inversionistas, comprado y vendido en la BMV, en un mercado transparente libre de competencia y con igualdad de oportunidades para todos sus participantes.

Para que una empresa pueda emitir acciones que coticen en la BMV debe ponerse en contacto con un intermediario especializado que pueda llevar a cabo la colocación, esto es en una casa de bolsa. A partir de ahí empezará un proceso para poder contar con las autorizaciones de la BMV y de la CNBV.

Una de las clasificaciones utilizada para identificar a las empresas que cotizan en la BMV, es por medio del sector o rubro económico al que pertenece.

Para el cumplimiento de uno de los objetivos específicos plasmado en el planteamiento del problema se ha seleccionado solamente las empresas del sector entretenimiento y sus estados financieros del ejercicio 2009, debido a que, de forma personal se considera uno de los rubros que más intangibles tiene; pues el conocimiento del personal que labora en esas empresas es lo que le agrega ese valor extra en el mercado y lo que logra realizar ante sus competidores.

CLASIFICACIÓN DE SECTOR	
Tipo de emisora	Acciones
Sector	SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES
Subsector	MEDIOS DE COMUNICACIÓN
Ramo	MEDIOS DE COMUNICACIÓN
Sub-ramo	SERVICIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN

Tabla 1 Clasificación del Sector

## EMPRESAS DEL SECTOR ENTRETENIMIENTO

Una vez seleccionada nuestra muestra procedemos a estudiar a cada una de las empresas e identificar si en sus estados financieros, anexos o notas señalan el valor de sus activos intangibles y que conceptos son los que la integran.

Las empresas sujetas a estudio elegidas son:

Clave de la Emisora	Razón Social
AZTECA	TV AZTECA, S.A.B. DE C.V.
RCENTRO	GRUPO RADIO CENTRO, S.A.B. DE C.V.
TLEVISA	GRUPO TELEVISA, S.A.
CIE	CORPORACIÓN INTERAMERICANA DE ENTRETENIMIENTO, S.A.B. DE C.V.

Tabla 2 Empresas sujetas a estudio

## **TV Azteca, S.A.B. de C.V.**

### **Actividad económica:**

Producción de programación para ser transmitidas a través de sus propias redes, así como a la venta de la misma a nivel nacional y venta de tiempo de publicidad. Los principales servicios que se proporcionan en dicha empresa son: novelas, noticias, deportes, entretenimiento y programación adquirida.

### **Análisis**

TV Azteca, es titular de diversas marcas, reservas de derechos de autor para el uso exclusivos de títulos de programas de televisión, personajes ficticios, así como de obras musicales y de programas de televisión, contando cada uno de ellos con marcas y música propia.

Según la Ley de propiedad Industrial, las marcas no expiran mientras sean renovadas cada diez años contados a partir de la fecha de presentación de las mismas. En el caso de tv azteca todas sus marcas fueron renovadas en 2004. Esta empresa considera a las marcas como activos intangibles importantes al igual que las reservas de derecho de uso exclusivo para títulos de programas de televisión y registros autorales

Los activos intangibles se identifican dentro de los otros activos, según la notas 2r, 2t y 7 a los estados financieros.

## **Grupo Radio Centro, S.A.B. de C.V.**

### **Actividad económica:**

Sus principales actividades son la producción y transmisión de programas musicales y de entretenimiento, programas de información y análisis, de noticias y de eventos especiales. La compañía opera a las emisoras de organización radio centro, de grupo red y una cadena de radio, organización impulsora de radio.

### **Análisis**

Este es el primer año que la empresa realiza el registro de los activos intangibles dentro de sus estados financieros, por lo que explica de una manera más detallada, en comparación a las

demás, el procedimiento utilizado para reconocer, y diferenciar, los activos intangibles con vida definida, y los activos intangibles vida útil estimada y su efecto dentro de los resultados del periodo.

### **Grupo Televisa, S.A. B.**

#### **Actividad económica:**

Grupo Televisa es la compañía de medios de comunicación más grande en el mundo de habla hispana. A través de sus subsidiarias produce, distribuye y transmite programas de televisión para el mercado nacional e internacional; desarrolla y opera servicios de televisión directa al hogar vía satélite.

#### **Análisis**

Dentro del balance general presenta una cuenta denominada “activos intangibles y cargos diferidos netos”, integrada por los activos intangibles divididos en cuanto a su vida útil y de esta forma poder diferenciar los que pueden ser amortizables de los que no lo son.

En el apartado i), “Activos intangibles costos financieros diferidos”, de las Políticas de contables de la Compañía menciona que los créditos mercantiles, las marcas y la concesión de cadena de televisión son activos intangibles con vida indefinida y no se amortizan, considerando a las licencias y aplicaciones de cómputo, la lista de suscriptores y otros costos como activos intangibles con vidas definidas y por lo tanto, amortizados con base en el método de línea recta sobre su vida útil estimada, principalmente en un periodo de 3 a 20 años. Además, los costos financieros diferidos, consisten en los honorarios y gastos incurridos en la relación en la emisión de deuda y amortizados durante la vigencia de la misma. Reconociendo los activos intangibles y los costos financieros diferidos al costo al momento de su adquisición.

Dentro de la Nota 7, se enlistan, tanto, las cuentas pertenecientes al rubro de activos intangibles y cargos diferidos como los saldos de las mismas al 31 de diciembre 2011.

## **Corporación Interamericana de entretenimiento, S.A.B. de C.V.**

### **Actividad económica:**

Controladora de empresas dedicadas a la industria del entretenimiento, operación de inmuebles, promoción de espectáculos, operación y administración de ferias; exposiciones y boletos a espectáculos. Entre sus principales servicios se encuentran conciertos, producciones teatrales, parques de diversiones, captación de apuesta deportiva remota y la realización de sorteos de números, ferias comerciales y exposiciones, así como eventos deportivos

### **Análisis**

CIE, realiza la presentación, en sus estados financieros, de los activos intangibles en el rubro de otros activos, justificando su consideración como un activo al cumplir los criterios establecidos en la NIC 38 y en la NIF C8. Asimismo, para regular la amortización de dichos activos respeta los lineamientos establecidos por las normas antes mencionadas.

Los intangibles que pueden ser reconocidos, según los criterios establecidos en la normatividad, integran el rubro de los otros activos. Los activos intangibles con vida definida se amortizan sistemáticamente, con base en la mejor estimación de su vida útil determinada de acuerdo con la expectativa de los beneficios económicos futuros, sujeto a una evaluación anual sobre su valor recuperable para precisar la existencia de pérdidas por deterioro en el valor de los mismos. La amortización es calculada mediante el método de línea recta con base en las vidas útiles de los activos considerable al tratarse de empresas de índole internacional o que tienen una importancia considerable para el desarrollo económico del país.

## **RESULTADOS**

Así se tiene a las dos más grandes cadenas televisoras del país: Televisa y Tv Azteca, ambas empresas cuentan con registros sobre derechos de autor, marcas y patentes, además de una estrecha relación con sus clientes, que fortalece la visión que la sociedad mexicana tiene sobre ellas. Aunque no identifican un rubro dentro del balance para la inversión en capital humano,

mencionan la importancia que tiene para su desarrollo y la competitividad de la empresa en el mercado televisivo.

En el mismo sector del entretenimiento tenemos a la empresa de radiodifusión, Grupo Radio Centro. Esta empresa ha tenido cambios respecto a la presentación de los elementos del capital intelectual dentro de sus estados financieros, reflejando en los mismos de manera explícita activos intangibles. Sin embargo, no es posible identificar del todo cuales elementos del capital intelectual se encuentran registrados en la misma.

No todas las empresas están dispuestas, o no tienen interés alguno, en invertir en un área donde no tienen la forma de controlar la rapidez de su evolución y desarrollo, prefiriendo no arriesgarse, optan por hacer desembolsos cargables a gastos. Sin embargo, en la mayoría de los casos un desembolso para invertir en alguno de los elementos del CI, podría generar un aumento en la producción, o que el valor de mercado de nuestra empresa se vea enriquecido debido a la alta competitividad generada por nuestros colaboradores.

Considero que las empresas que reflejan la posesión de intangibles tienen una mayor oportunidad de implementar un modelo de gestión que los ayude a incrementar la atracción, creación, desarrollo y retención de elementos que eleven su competitividad en el mercado y los recursos financieros que esto conlleva.

Es necesario recalcar que debido a todo lo anteriormente planteado, la estructura temática dentro del aula necesita ser reforzada con la implementación de materias y actividades enfocadas a desarrollar el conocimiento sobre estos activos, su estudio, análisis y la investigación de nuevos métodos que faciliten su registro contable, medición y gestión para un mejor uso/aprovechamiento del mismo.

## **CONCLUSIÓN**

El objetivo general establecido en la metodología al inicio de la elaboración del presente trabajo, pretende: “Estudiar a las empresas mexicanas que cotizan en la BMV, con el fin de identificar si

han sido reflejados en sus estados financieros los recursos integrantes del Capital Intelectual”.  
(Nota: Se aplica un filtro del 70% de la población total de las empresas cotizantes en dicha bolsa)

El objetivo se cumple al estudiar de forma general los rubros de los diversos estados financieros de las empresas del sector de entretenimiento que cotizan en la bolsa de valores mexicana, pero también se observa que:

- ✓ En dichos estados financieros se ven reflejados de forma muy general los activos intangibles que han sido identificados por así determinarlo, o mejor dicho que han considerado las empresas y bajo qué normas realizan su expresión y la forma de representarlos en el balance.
- ✓ De un total de 137 empresas que cotizan, actualmente, en la BMV se aplicó un filtro (70% de la población total) para identificar a las empresas que se considera poseen un capital intelectual.

Se puede concluir que actualmente no hay un método fiable que ayude a los directivos de las empresas a registrar y gestionar el CI dentro de sus empresas, ya que, si bien tienen presente que existe un activo intangible dentro de su empresa y que les genera un valor adicional, no reflejan que parte de esos activos intangibles corresponden a tal o cual elemento del Capital Intelectual, aunque cabe destacar que se han hecho avances respecto al conocimiento general y la poca conciencia que se tenía sobre su existencia. Sin embargo, es necesario que las escuelas se preocupen por integrar en los temas de estudio en referencia al CI de manera que los nuevos contadores, administradores, etc., tengan conocimiento sobre éste.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### Bibliografía

- Brooking, A. (1997), Capital Intelectual. Ediciones Gestión 2000. Barcelona
- Bueno, Eduardo, (1997), El capital social en el nuevo enfoque del capital intelectual de las organizaciones, Artículo Universidad Autónoma de Madrid, España.
- Drucker, Peter (2003): The Practice of Management
- Edvisson L, Malone M, (1997), El capital Intelectual: Como identificar y calcular el valor inexplorado de los recursos intangibles de su empresa. México. Norma.
- IASB, Normas Internacionales de Contabilidad. México, Instituto de Contadores Públicos, A.C. 2012.
- Leadbeater, Charles, (1999), New Measures for the New Economy, Demos, London.
- Mantilla, S., El Capital Intelectual en la contabilidad, Colombia, 2000.
- Mantilla, S. Alberto. Capital Intelectual, La contaduría pública frente a la crisis: desafíos y propuestas. X Simposio contaduría Universidad de Antioquia – Medellin, Octubre, 2002.
- Nevado, Domingo (1999), El Capital Intelectual, Valoración y medición. España
- Nonaka, I., Takeuchi, H. (1996). The Knowledge-Creating Company. USA: Oxford University Press.
- Rivas Tovar, L. A. (2002), Nuevas Formas de Organización, Revista Estudios Gerenciales, Colombia.
- Sánchez Muñoz María Paloma, Manuel García-Ayuso Covarsí, Leandro Cañibano Calvo, La relevancia de los intangibles para la valoración y la gestión de empresas Revista española de financiación y contabilidad, 1999.
- Stewart, Thomas A. (1997), Management, Ediciones Granija, New York.

### CIBERGRAFIA

- <http://www.bmv.com.mx> Consultado en Junio 2012
- <http://www.ciberconta.unizar.es> Alberto Mantilla, Contabilidad Intelectual.
- <http://www.gestiopolis.com>
- <http://www.gestiondelconocimiento.com>
- <http://www.bvs.sld.cu>
- <http://www.udlap.mx>. Consulta de tesis digitales, relacionadas con el tema.
- <http://www.partidadoble.es> Consulta de diversos artículos publicados sobre el tema.
- <http://www.imef.org.mx>
- <http://www.partidadoble.wke.es>
- <http://www.iade.org>
- <http://www.pwcglobal.com>
- <http://www.planning.com.co>
- <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=44300>

Páginas consultadas entre Enero y Marzo 2011.