

Cañibano, L. (2012). La relevancia de los intangibles en la información financiera *Contaduría Universidad de Antioquia*, 60, 41-54.

La relevancia de los intangibles en la información financiera

Leandro Cañibano

Catedrático de Economía Financiera y Contabilidad
de la Universidad Autónoma de Madrid
leandro.canibano@uam.es

La relevancia de los intangibles en la información financiera

Resumen: *Los recursos y las actividades de naturaleza intangible son los nuevos activos creadores de valor de la empresa moderna, los cuales resultan difíciles de medir, gestionar y valorar. En el presente trabajo, aparte de referirnos inicialmente al concepto de los mismos, se revisa el tratamiento dado a éstos por las normas internacionales de información financiera, así como el efecto que produce la aplicación de dichas normas, consistente en la falta de reconocimiento de una importante proporción de dichos intangibles en términos de valor. Esta infravaloración hace necesario otro tipo de información complementaria o alternativa, como son los informes de capital intelectual, para cuya elaboración se han producido algunas directrices en el seno de la Unión Europea, tal es el caso de los informes específicos de valoración de intangibles realizados por expertos independientes o los informes para la dirección de la empresa sobre su proceso de creación de valor a partir de sus intangibles.*

Palabras clave: *Intangibles, innovación, capital intelectual, normas internacionales de información financiera, informe de capital intelectual.*

The Relevance of Intangibles in Financial Information

Abstract: *resources and intangible activities are the new value-creating assets of modern companies, but they are difficult to measure, manage and evaluate. In this paper we initially deal with the concept of these assets and we review the treatment given to them by the international financial information standards, as well as the effect produced by their application, namely the lack of recognition of a significant proportion of those intangibles in terms of their value. This underestimation requires another kind of complementary or alternative information, such as intellectual capital reports. Some guidelines for developing this type of reports has been stated within the European Union, e.g. the intangible assessment specific reports made by independent experts, or the reports for the company's management about its own process of creating value from its intangibles.*

Keywords: *Intangibles, innovation, intellectual capital, international financial reporting standards, intellectual capital report.*

La pertinence des intangibles dans l'information financière

Résumé: *Les ressources et les activités de nature intangible sont les nouveaux actifs créateurs de valeur des entreprises modernes ; ceux-ci sont cependant difficiles à mesurer, gérer et évaluer. Cet article traitera d'abord la notion que l'on a de ces actifs, pour examiner ensuite le traitement qui leur est donné par les normes internationales d'information financière, ainsi que l'effet produit par l'application de ces normes, à savoir, le manque de reconnaissance d'une proportion significative de ces actifs intangibles en ce qui concerne leur valeur. Cette sous-estimation oblige à établir un autre type d'information complémentaire ou alternative, telle que les rapports de capital intellectuel, dont l'élaboration a compté sur quelques lignes directives au sein de l'Union européenne. C'est le cas des rapports spécifiques d'évaluation d'intangibles réalisés par des experts indépendants, ou des rapports pour la direction de l'entreprise sur son processus de création de valeur basé sur ses intangibles.*

Mots-clés: *intangibles, innovation, capital intellectuel, normes internationales d'information financière, rapport de capital intellectuel.*

A relevância dos intangíveis na informação financeira

Resumo: *Os recursos e as atividades intangíveis são os novos ativos criadores de valor da empresa moderna, que são difíceis de medir, gerir e aviar. Neste trabalho, além de nos referir inicialmente ao conceito dos mesmos, analisa o tratamento dado a estes pelas normas internacionais de informação financeira e os efeitos da aplicação dessas regras, ou seja, a falta de reconhecimento de uma proporção significativa de ditos intangíveis em termos de valor. Essa subestimação faz necessário outro tipo de informação complementar ou alternativa, tais como relatórios de capital intelectual, para cuja elaboração se produziram algumas diretrizes no âmbito da União Europeia, como no caso dos relatórios específicos de avaliação de intangíveis feitas por peritos independentes ou relatórios de gestão da empresa sobre o processo de criação de valor a partir de seus intangíveis.*

Palavras chave: *Intangíveis, inovação, capital intelectual, normas internacionais de informação financeira, relatório de capital intelectual.*

La relevancia de los intangibles en la información financiera

Leandro Cañibano

Primera versión recibida junio de 2012 – Versión final aceptada junio de 2012

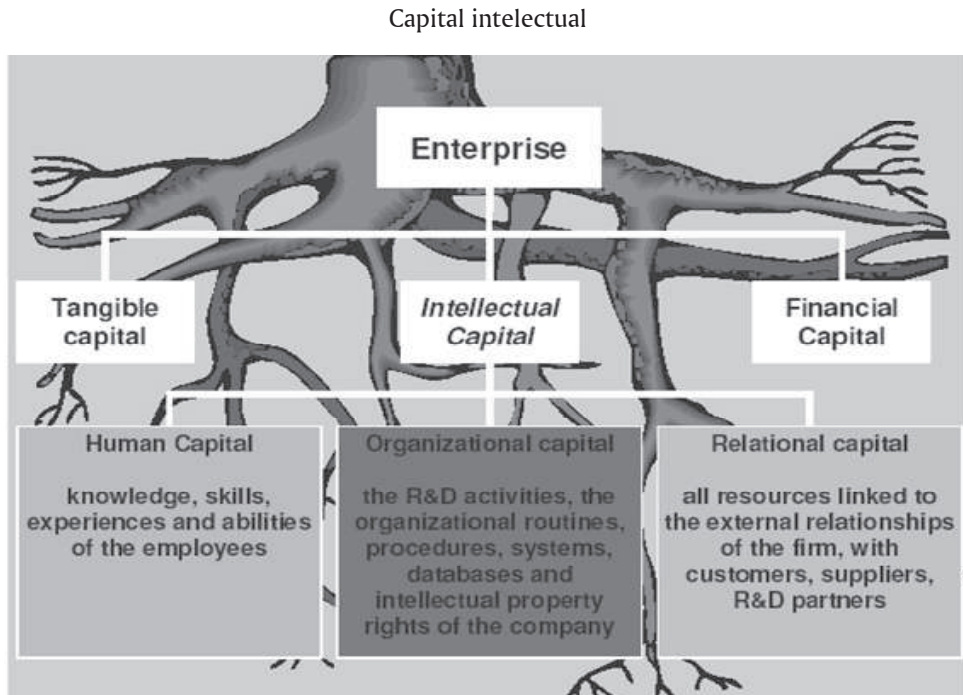
I. Empresa, activos intangibles y capital intelectual

Los activos intangibles son los nuevos creadores de valor empresarial y fuente de ventaja competitiva. Cada vez más, las empresas basan su éxito y supervivencia en la innovación y en la gestión y creación de conocimiento. La innovación abarca la creación de nuevos productos y servicios, la implementación de nuevos procesos, los cambios en la gestión de clientes y en las formas de trabajar y organizar la gestión empresarial o el desarrollo de personas, relaciones y nuevos mercados. La innovación tiene por ello, como requisito y consecuencia, la inversión en capacidades y activos intangibles tales como la creatividad, la imagen de marca, la propiedad intelectual y las patentes, esto es, la creación de un capital intelectual empresarial.

El conocimiento y la innovación constante son actualmente los principales factores creadores de valor empresarial, dando lugar a la generación de elementos intangibles en los que se basan los nuevos procesos y productos, siendo a su vez dichos intangibles fuente de nuevo conocimiento e innovaciones. Los intangibles, también denominados 'capital intelectual' representan hoy día el 50% de los activos de las TOP 5000 compañías cotizadas en bolsa; solo las marcas representan un 30% de dichos activos, superando frecuentemente, los gastos en publicidad e I+D, la cifra de beneficios netos de dichas compañías.

Existen diversas definiciones de capital intelectual y sus componentes, pero comúnmente, se distingue entre capital *humano*, *estructural* y *relacional* (Cañibano et al., 2002). El capital humano recoge las capacidades individuales, los conocimientos, las destrezas y la experiencia de los empleados y directivos de la empresa. El capital estructural es el conjunto de conocimientos que permanecen en la empresa a final del día; incluye las patentes, las estructuras

de funcionamiento, la organización administrativa e informática de la empresa, la capacidad instalada, la imagen, la eficiencia productiva o cultura corporativa. Finalmente, el capital relacional es el conjunto de recursos ligados a las relaciones externas de la empresa con sus clientes, proveedores, accionistas o socios. Este entramado de relaciones se puede representar como las raíces de un árbol que permiten su crecimiento, ahora y en el futuro, tal y como se muestra en la figura que sigue a continuación.



El capital intelectual se refiere, por lo tanto, al estado de las relaciones, la creación de valores o a las mejoras en las habilidades y capacidades de quienes integran la empresa. Estas características inherentes de inmaterialidad, carácter tácito, dificultad de transmisión dentro de la empresa y límites borrosos de propiedad, dificultan tanto la extracción de valor de dicho capital como la valoración del mismo, y en ocasiones, no es posible establecer su existencia. Todo ello dificulta la definición, valoración, medición, interpretación y gestión del capital intelectual y, por ende, la transmisión de una información relativa a sus componentes intangibles que sea relevante para la toma de decisiones.

Estas dificultades, al tiempo que suponen un reto, ponen de manifiesto lo mucho que resta por investigar dentro del vasto campo que representan los intangibles generados por la innovación empresarial, y a la vez motores de la misma. Existe un amplio consenso en torno a la idea de que es posible mejorar la innovación empresarial mejorando la información sobre intangibles, esta es la idea central de nuestra exposición, la cual nos servirá para articular el contenido de la misma. Pero, antes de referirnos expresamente a los aspectos relativos a la información sobre intangibles, se presentan unos breves apuntes sobre las principales características que diferencian estos elementos de los de naturaleza tangible.

Claramente, la inversión en activos intangibles es muy distinta de la inversión en activos tangibles. La primera, conlleva por lo general un mayor riesgo, y también por ello, se espera de dichos activos una mayor rentabilidad. En contraste con lo que ocurre con los activos tangibles, los intangibles son susceptibles de usos simultáneos, a manera de ejemplo se tiene el caso de una compañía aérea, las restricciones de la capacidad de su flota (tangible) frente a la versatilidad de su sistema de reservas (intangibile); mientras que los activos tangibles tienen rendimientos decrecientes no ocurre así con los intangibles, dado el carácter acumulativo del conocimiento. Los intangibles se suelen caracterizar por exigir altos costes hundidos¹ y bajos costes incrementales, como por ejemplo suele ocurrir en sectores tales como el farmacéutico o de las tecnologías de la información y las comunicaciones; dada su gran versatilidad, el único factor limitativo del uso de los intangibles es el mercado, lo que no ocurre con los elementos tangibles, sujetos a otro tipo de restricciones; por último no queremos dejar de señalar las inmensas posibilidades que abre la utilización en red de los intangibles, con las consiguientes economías derivadas de tal circunstancia. Sirvan las anteriores características de los intangibles como buenos ejemplos de sus diferencias con los activos tangibles, a las que podríamos añadir otras muchas de las referidas en la literatura (Lev, 2003), si bien renunciamos a ello, para no desviarnos del objetivo principal perseguido en este trabajo.

Estas características inherentes a los recursos y actividades intangibles generan diferencias entre el concepto económico (amplio) de capital intelectual y el concepto contable de activo intangible –mucho más limitado–, siendo este último el que sirve de base para la elaboración de la información financiera dirigida a terceros, que las empresas han de publicar periódicamente. Precisamente, es la existencia de activos intangibles no reconocidos contablemente la que explica buena parte de la conocida diferencia entre el valor de mercado y el valor contable en libros de las empresas. Existe un fuerte distanciamiento entre ambos valores, conforme se ha manifestado

1 Costes fijos causados por decisiones pasadas.

reiteradamente en la literatura especializada (Lev & Zarowin, 1999; Cañibano & Sánchez, 2004).

Este desfase, unido a la conciencia generalizada de la importancia de los activos intangibles para la nueva economía, ha llevado a diversas propuestas e iniciativas desde algunos organismos internacionales para mejorar y revisar la normativa relativa a la información contable-financiera, en cuanto se refiere al reconocimiento y revelación de información sobre activos intangibles. Sin embargo, estos proyectos, probablemente lastrados por la explosión de la burbuja punto-com a finales de 2001, y las más recientes crisis de confianza y financieras, se mantienen paralizados por el momento, aunque sigue pensándose que debe revelarse mayor información sobre intangibles, porque estos elementos generadores de valor no forman parte de los estados financieros de las compañías, lo que supone una infravaloración de sus cifras de beneficios y patrimonio neto, dando lugar a que se produzcan errores en los mercados en su proceso de formación de los precios y a unos mayores costes de capital; adicionalmente, cabe señalar que una mayor información sobre intangibles ayudaría a inversores y analistas a mejorar sus predicciones de beneficios, aparte de engrandecer la imagen corporativa de la empresa (Cañibano et al., 2008).

II. Los intangibles en la regulación de la información financiera

Tradicionalmente, las normas contables se han basado en dos principios, a saber: coste histórico y conservadurismo. En virtud del primero, la valoración otorgada a un activo se basa en el importe satisfecho por el mismo, con ocasión de una transacción efectivamente realizada por la empresa; mientras que el segundo supone una actitud de prudencia a la hora de la valoración de los activos, de manera tal que sea reconocida de inmediato cualquier minusvalía latente que pudiera afectar el valor los mismos, mientras que el reconocimiento de cualquier eventual plusvalía deberá ser pospuesta hasta tanto se encuentre materializada. Este proceder, da lugar a que el reconocimiento contable de los intangibles no pase de ser, en el mejor de los casos, un reconocimiento parcial.

La principal norma internacional de información financiera de referencia es la NIC 38 (2004), la cual define un activo intangible como todo “activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física”, definición que permite discriminar de forma clara entre el concepto de recurso frente al de activo intangible. Según dicha norma, las empresas emplean continuamente recursos económicos para adquirir nuevos activos intangibles o mejorar los ya existentes en la empresa; no obstante, no toda la inversión en actividades y recursos de naturaleza “intangible” deriva en un reconocimiento contable como parte del patrimonio empresarial, para ello, es necesario el cumplimiento de ciertos criterios a los que pasamos a referirnos a continuación.

En primer lugar, para que el recurso pueda considerarse como un activo es requisito indispensable que cumpla con la definición recogida en el marco conceptual del Consejo de Normas Internacionales de Información Financiera, lo cual supone que la empresa tenga el “control” de dicho activo, así como también la perspectiva de obtener de él “beneficios económicos futuros”. En segundo término, es necesario que el activo intangible sea “identificable”, o lo que es lo mismo, sea separable del resto de los activos de la empresa, pudiendo ser vendido, cedido, arrendado o intercambiado, o bien proceda de derechos legales o contractuales. Estos criterios representan el principal obstáculo para el reconocimiento de la mayor parte de los intangibles de la empresa, en especial, de los generados internamente por la misma. La incertidumbre en torno a los beneficios económicos futuros, así como la dificultad que entraña la estimación fiable de su valor, impide que numerosos intangibles cumplan con los criterios de reconocimiento, obligando a que la mayor parte de la inversión en intangibles deba considerarse no como un activo sino como un gasto, que entrará a formar parte de los resultados del ejercicio. Tal ocurre con los desembolsos originados por gastos de establecimiento, publicidad y promoción, formación, investigación, reubicación y reorganización.

Una vez confirmado el cumplimiento de todos los requisitos necesarios para su reconocimiento contable, la empresa debe realizar la valoración del activo intangible, cuya determinación variará para cada una de las posibles tipologías de adquisición: (a) adquisición independiente; (b) permuta de activos intangibles; (c) adquisición a través de una subvención oficial; (d) activos intangibles internamente generados; (e) activos intangibles procedentes de una combinación de negocios. Si el activo intangible procede de una adquisición independiente o ha sido internamente generado, el precio de adquisición y el coste de producción serán respectivamente, los criterios de valoración que deberán aplicarse en el reconocimiento inicial del activo, sin embargo, cuando se trata de operaciones de permuta con un claro carácter comercial, subvenciones o donaciones y combinaciones de negocios, prevalecerá como criterio de valoración el valor razonable de mercado.

La valoración y reconocimiento de los activos intangibles generados internamente por la empresa, más concretamente, los gastos de Investigación y Desarrollo, es uno de los temas de mayor controversia y debate, dadas las dificultades que pueden surgir en la medición fiable del coste del activo, así como en la determinación del momento en el que el mismo cumple con la condición de identificabilidad y que podrá generar beneficios económicos futuros. En el proceso de reconocimiento de los gastos de I+D, el primer paso es la identificación y separación de la “fase de investigación” y la “fase de desarrollo”; esta separación es imprescindible ya que se considera que, en la fase de investigación, la empresa no puede demostrar la existencia de un activo

intangible que cumpla con los requisitos generales de reconocimiento y, más concretamente, con la probabilidad de obtención de beneficios económicos futuros, motivo por el cual, todos los desembolsos de esta fase se imputarán directamente como gastos al resultado del ejercicio en el que hayan tenido lugar y, por lo tanto, no se reconocerán activos intangibles surgidos de la investigación. Solo se permite el reconocimiento de activos intangibles que procedan de la fase de desarrollo, ya que se considera que esta cubre etapas más avanzadas que la fase de investigación y que, por consiguiente, existe la posibilidad de identificar activos intangibles de los que sea probable obtener beneficios económicos futuros; no obstante, el reconocimiento de los activos intangibles procedentes de esta fase solo será posible cuando se cumplan una serie de condiciones relacionadas con el éxito técnico, comercial y financiero del proyecto en desarrollo. Los desembolsos a que pudieran dar lugar otros activos internamente generados como podrían serlo marcas, cabeceras de periódicos, listas de clientes o similares, serán reconocidos como gastos del ejercicio, afectándose a los resultados del mismo.

En relación al reconocimiento posterior de los activos intangibles, además del tradicional modelo basado en el coste, existe la posibilidad de adoptar alternativamente el modelo de revalorización basado en su valor razonable de mercado. Sin embargo, la dificultad de encontrar mercados activos que permitan determinar de forma fiable el valor razonable del activo intangible correspondiente, limita la posible aplicación del citado modelo de revalorización.

Tanto en el modelo de coste como en el modelo de revalorización aparecen los conceptos de amortización y deterioro de valor de los activos. En relación con la amortización, es importante destacar que solo será de aplicación para los activos intangibles con una vida útil definida, es decir, limitada a un número de años concreto estimados por la empresa. En la actualidad se reconoce la existencia de activos intangibles para los que su vida útil no puede concretarse, es decir, que puede calificarse como indefinida, ya que no existe un límite previsible al período temporal en el que se podrán obtener beneficios económicos procedentes del activo en cuestión. Los activos intangibles con una vida útil indefinida no se amortizarán aunque para todos ellos, será obligatorio que al menos anualmente o siempre que existan indicios, se realice una prueba destinada a determinar la existencia de una posible pérdida o deterioro de su valor. El posible deterioro de valor de un activo se producirá cuando su valor contable sea superior a su valor recuperable, calculado este como el mayor entre: (a) el valor razonable menos los costes de venta del activo; o (b) su valor de uso, calculado como el valor actual de los flujos de efectivo que se esperan obtener del activo. Está permitida la reversión de la pérdida de valor en ejercicios posteriores, aunque con una serie de restricciones. La única

excepción a la reversión de las pérdidas de valor se encuentra en el caso del fondo de comercio, donde no es posible en ninguna circunstancia.

En relación con el 'fondo de comercio'², cabe señalar que su reconocimiento contable solo es posible cuando el mismo es fruto de una transacción onerosa o, en otras palabras, que surge como consecuencia de una combinación de empresas. El fondo de comercio es la diferencia entre el precio pagado por la empresa adquirente y el valor razonable de los activos adquiridos, menos los pasivos asumidos incluidos los de naturaleza contingente. Dentro de dichos activos adquiridos pueden encontrarse tanto activos tangibles como intangibles que cumplan con los requisitos anteriormente puestos de manifiesto, por lo tanto, tras el valor atribuido al fondo de comercio, no están otros activos que los intangibles cuyo reconocimiento contable no es posible pero que, a la hora de la combinación de empresas, la empresa adquirente ha pagado un precio por ellos, como por ejemplo podrían ser: investigación en curso, imagen comercial, reputación empresarial, clientela, capital humano y redes, entre otros. Ninguno de estos cumple con los requisitos exigidos contablemente a los activos intangibles, sin embargo, al haber pagado la empresa adquirente un precio que no es atribuible al resto de los activos, se les reconoce a estos, pero no de forma individualizada sino de manera global, bajo la denominación de fondo de comercio.

A título de ejemplo, mencionaremos el reconocimiento de un fondo de comercio y otros activos intangibles por parte de Telefónica, de acuerdo con la información suministrada por dicha sociedad en su Informe anual correspondiente al ejercicio 2010. Se trata de la compra que le hizo Telefónica a Portugal Telecom del 50% de la sociedad Brasilcel, compañía coparticipada por ambas sociedades, la cual ostentaba el 60% de la sociedad brasileña de telefonía móvil VIVO participações. El precio acordado fue de 7.500 millones de euros, al que fue descontado el importe de 49 millones de euros, correspondiente a dividendos pendientes de pago por Brasilcel a Portugal Telecom. Dado que Telefónica ya tenía previamente otro 50% de Brasilcel, la operación fue considerada como una adquisición por etapas, y en aplicación de la NIIF 3: Combinaciones de negocios, se procedió a revaluar el 50% de la participación previa, dando lugar a una plusvalía por importe de 3.797 millones de euros, que fueron reconocidos como resultados del ejercicio 2010. En el Cuadro N.º 1, que sigue a continuación, resumimos los datos correspondientes, con el fin de mostrar los montantes de intangibles y fondo de comercio incorporados al balance consolidado de Telefónica como consecuencia de esta operación

2 Término contable utilizado en España. En Hispanoamérica es más común el uso de otras denominaciones, como: plusvalía de compra, llave de negocio, crédito mercantil, etc. En la versión española de las Normas Internacionales de Contabilidad, del propio IASB, se ha traducido 'goodwill' por 'plusvalía comprada'.

Cuadro N.º 1

Combinaciones de negocios-ejemplo:	
Telefónica 2010	
■	Adquisición de nueva participación 50% Basilcel (Brasil)→ 60% VIVO (móviles):
	- Precio pagado: 7.451 M€
	- Valor contable: ~ 2.106 M€
	Diferencia : ~ 5.345 M€
	(Fondo de comercio+Intangibles incorporados al balance)
■	Revalorización adquisiciones previas (otro 50% Basilcel)→ Adquisición por etapas
	Reconocidos 3.797 M€ como Rdo Extraordinario
■	Total FC+ Intangibles incorporados al balance
	~ 9.000 M€

Fuente: Cuentas anuales consolidadas 2010 de Telefónica, Memoria- Nota 6.

Según el ejemplo anterior, hemos visto que Telefónica ha incorporado a su balance en 2010 dos nuevos intangibles como consecuencia de la combinación de empresas, que ha supuesto su toma de participación mayoritaria en VIVO, pero esto no significa que tenga reconocidos en su balance todos sus intangibles sino tan solo aquellos que cumplen los requisitos exigidos por la normativa contable.

Pero, adicionalmente podría tener también otros intangibles internamente generados que no estuvieran reconocidos contablemente, como por ejemplo sus marcas, las cuales tienen un importante valor económico, que sintetizamos en el Cuadro N.º 2, según queda puesto de manifiesto a través de estudios externos a los que nos referimos a continuación.

Cuadro N.º 2

Principales marcas de Telefónica (en millones de euros)	
Valoración según balance a 31/12/2010	1.139
Valoración según la firma 'Interbrand'	
- 'Movistar' 13.037	
- 'Telefónica' 6.313	19.350
Diferencia	18.211

El método utilizado por 'Interbrand' para la valoración de las antedichas marcas consiste en multiplicar el beneficio diferencial aportado por cada una de tales marcas por un coeficiente representativo de las fortalezas de la misma, en relación con una serie de factores tales como los siguientes: mercado, liderazgo, tendencia, diversificación, apoyo, estabilidad y protección. Ni que decir tiene que este cálculo no tiene porque suscitar nuestro completo acuerdo pero, al

menos, sirve para poner de manifiesto la distancia que puede existir entre la valoración de los intangibles incluidos en la información financiera de las compañías y la valoración atribuible a los mismos bajo otros puntos de vista.

III. ¿Cómo evitar los efectos desfavorables de la infravaloración de los intangibles?

Siendo un hecho generalmente aceptado que los intangibles se encuentran infravalorados en la información financiera que anualmente presentan las empresas a sus accionistas e inversores y al público en general, cabe interrogarse sobre si se han adoptado algunas medidas para paliar esta situación y sobre cuáles han sido tales medidas.

Las medidas que se han intentado adoptar o se están adoptando para paliar la infravaloración de los intangibles en la información relativa a los mismos son las siguientes: (i) modificar las normas internacionales de información financiera que atañen a la valoración de los intangibles; (ii) complementar la información sobre intangibles mediante la emisión de informes de capital intelectual; (iii) informes externos independientes para casos específicos; y (iv) información para la dirección sobre el proceso de creación de valor. A continuación nos referiremos a cada una de ellas separadamente.

La modificación de las normas internacionales de información financiera es un tema ciertamente complejo, sobre todo teniendo en cuenta los antecedentes previos existentes. En efecto, el regulador de la contabilidad financiera en Estados Unidos (FASB) promovió en 2001 un proyecto sobre revelación de información sobre intangibles, con objeto de que no solo pudieran reflejarse en los estados financieros de las empresas los valores del fondo de comercio y de los intangibles cuando se produce una combinación de negocios, sino también cuando este no se produce, aunque esta última información no sea incorporada directamente al balance sino mediante las notas de la memoria que forma parte de los estados financieros; el citado proyecto no llegó a buen fin, porque a finales de 2001 se produjo la estrepitosa caída de las empresas basadas en Internet, que eran claros ejemplos de la nueva economía, lo que dio lugar, primero a la ralentización del proyecto de referencia, el cual fue desactivado por completo algunos años después, en 2004.

En adición a lo anterior, cabe señalar las propuestas formuladas por diversos autores para flexibilizar la normativa sobre el reconocimiento de los intangibles, en aras de permitir incorporar al balance mayores valores de los mismos (Lev, Cañibano & Marr, 2005). Lo anterior podría lograrse, por una parte, permitiendo aplicar la normativa vigente para la I+D a otros intangibles internamente generados y, por otra, reajustando los valores de los proyectos que han probado cumplir los requisitos exigidos para su consideración como activos, con los importes incurridos previamente que, inicialmente, fueron

considerados como gastos. Estas propuestas han encontrado amplio eco en la literatura, sin embargo, el regulador, hasta la fecha, no ha reconsiderado su criterio, por lo que este continúa tal y como nos hemos referido a él en el apartado precedente.

La emisión de informes sobre intangibles o capital intelectual que, de manera complementaria a la información financiera, pongan de manifiesto las potencialidades innovadoras de la empresa, es otra de las vías exploradas para comunicar a terceros la relevancia de los elementos intangibles. La metodología de elaboración de dichos informes se encuentra basada en un sistema de indicadores que se acomode a las características de la empresa, poniendo de manifiesto a través de los mismos sus recursos y actividades intangibles. Existen diversas directrices para la elaboración de este género de informes, surgidas unas desde ámbitos nacionales y otras fruto de esfuerzos conjuntos en el seno de la Unión Europea (European Commission, 2006, p. 133). Entre estas últimas directrices cabe mencionar las derivadas de los proyectos MERITUM (Cañibano et al., 2002; InCas, 2009). Otra alternativa de corte similar a la que estamos examinando consiste en la inclusión de un capítulo sobre intangibles o capital intelectual en el informe de responsabilidad corporativa que muchas empresas vienen publicando con carácter voluntario; en España todas las empresas cotizadas que forman parte del selectivo IBEX 35 publican un informe de estas características. Este tipo de informes de capital intelectual podría ser objeto de verificación por parte de un profesional independiente, de manera similar al informe de auditoría que acompaña los estados financieros de la empresa.

Un tema de particular relevancia señalado por Sánchez (2010) es el relativo a la financiación de las empresas innovadoras, dado que las entidades crediticias hacen uso de la información financiera de las empresas para evaluar sus riesgos, información que, como ha quedado dicho, no incorpora al patrimonio empresarial el auténtico valor de sus intangibles; de esta forma el patrimonio tangible se convierte en el elemento determinante de la financiación de los intangibles inherentes a la innovación empresarial, lo cual supone una seria limitación para la misma, en particular para la innovación desarrollada por pequeñas y medianas empresas. Ante esta situación, la autora propone que, en estos casos, para respaldar la petición de financiación externa, se haga uso de la valoración de intangibles realizada por un experto independiente, propuesta que ha sido validada por más del 80% de los expertos que participaron en el análisis Delphi realizado por la autora de referencia, considerando también dichos expertos que los analistas de riesgos deberían tomar en consideración el potencial innovador de la empresa solicitante de créditos.

Por último, conviene también mirar hacia el interior de la empresa; la dirección de la misma debe contar con información sobre el proceso de

creación de valor que se desarrolla a partir de sus intangibles. No debe conformarse con una información indiciaria, propia de estadios intermedios, sino que debería disponer de resultados finales que pongan de manifiesto los incrementos de ingresos o ahorros de costes logrados; en suma, de cómo repercuten en los resultados de la empresa las actividades innovadoras emprendidas por la misma a través del desarrollo de sus intangibles. Lev (2010) en su presentación *'Enhanced Innovation by Improved Information'* formula una propuesta, cuya versión española sintetizamos en el Cuadro N.º 3 que sigue a continuación.

Cuadro N.º 3

Investigando el proceso de creación de valor

Inputs → (Inversiones)	Outputs intermedios →	→ Outputs finales (Resultados)
Actividades Innovadoras: I+D, adquisición de tecnología	Patentes, marcas, productos innovadores en curso	Incremento de ingresos, ahorros de costes
Clientes: incremento de la cartera, creación de marcas	Lealtad y duración de la clientela, valor de las marcas	Cuota de mercado, sobreprecio
Recursos humanos: desarrollo, entrenamiento e incentivos	Rotación de empleados, calidad del trabajo	Ahorros de costes, mejoras de productividad
Conectividad: Alianzas, 'Joint Ventures'	Patentes, marcas	Ingresos, ahorros de costes
TIC: Página Web, e-business	Visitas Web recibidas, nº y tamaño de las transacciones	Incremento de ingresos, ahorros de costes
Estructura organizativa: Procesos, cadena de suministro	Eficiencia, indicadores no financieros	Ingresos generados, ahorros de costes
Gestión del riesgo: actividades de cobertura	Valores amenazados, VAR	Ahorros de costes, reducción volatilidad

La investigación del proceso de creación de valor en la empresa, en los términos propuestos, puede aportar importantes mejoras en la información dirigida hacia la dirección de la misma. Como ha quedado dicho, hay que conseguir relacionar las inversiones en intangibles con ciertos indicadores intermedios y con unos resultados finales. Por ejemplo, un indicador intermedio de actividades innovadoras tales como I+D o adquisición de tecnología podría ser el número de patentes registradas o de productos innovadores en curso, mientras que los resultados finales de tales actividades vendrían representados

por el incremento de los ingresos o los ahorros de costes derivados de las mismas. Otro tanto podría predicarse de otros intangibles, tales como los derivados de la clientela, los recursos humanos, las TIC, la conectividad, etc.

IV. A modo de conclusión

En la actual economía del conocimiento, los intangibles son el principal factor creador de valor en el ámbito empresarial; dada su importancia relativa en términos cuantitativos dichos intangibles no se pueden dejar sin medir ni gestionar, habida cuenta de su importante contribución a la creación de valor en la empresa. Los estudios realizados en el ámbito de la Unión Europea han puesto de manifiesto que para incrementar la innovación hay que mejorar la información sobre intangibles, pues la que tradicionalmente viene formando parte de la información financiera publicada por las empresas, infravalora dichos intangibles, quedando ocultos importantes valores asociados a los mismos. Por último, las empresas pueden mejorar sustancialmente su gestión de información sobre intangibles, investigando su propio proceso de creación de valor basado en ellos.

Referencias bibliográficas

- Cañibano, L.; Sánchez, M. P.; García-Ayuso, M. y Chaminade, C. (Eds.) (2002). *Directrices MERITUM para la gestión y difusión de información sobre intangibles*. Fundación Vodafone: Madrid.
- Cañibano, L. y Sánchez, M. P. (2004). Measurement, Management and Reporting on Intangibles: State of the Art. En: *Readings on Intangibles and Intellectual Capital*. AECA, Madrid, pp. 81-113.
- Cañibano, L., E; García Meca, B.; García Osma y Gisbert Clemente, A. (2008). *Los intangibles en la regulación contable*. AECA: Madrid.
- European Commission (Ed.) (2006). *RICARDIS Reporting Intellectual Capital to Augment Research, Development and Innovation in SMEs*, European Communities: Belgium.
- InCAs (2009). Intellectual Capital Statement. <http://www.incas-europe.eu> [con entrada el 12 de agosto de 2010]
- Lev, B. (2003). *Intangibles: Medición, Gestión e Información*. Deusto: Barcelona.
- Lev, B. (2010). *Enhanced Innovation by Improved Information*. New York University.
- Lev, B.; Cañibano L. y B. Marr (2005). An Accounting Perspective on Intellectual Capital. En: *Perspectives on Intellectual Capital*. Elsevier, Oxford, pp. 42-55.
- Lev, B. y Zarowin, P. (1999). The Boundaries of Financial Reporting and How to Extend Them. *Journal of Accounting Research*, 37, pp. 353-385.
- NIC 38 (2004). *Activos Intangibles*. Comisión Europea: Bruselas.
- Sánchez, P. y Salazar, J.C. (2010). *El papel de la innovación en el nuevo modelo económico español*. Accenture: Madrid.