

## EFFECTOS DEL NO RECONOCIMIENTO DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES El caso de algunas empresas antioqueñas<sup>1</sup>

*Versión para evaluación 17/02/2009*

**Paula Andrea Cruz Sepúlveda**

paulaandrecruz@gmail.com

**Catherin Andrea González Zuluaga**

catherin\_gonzu@yahoo.es

**Marcela Kimberlee Ochoa Arboleda**

markimberlee@hotmail.com

**ASESOR TEMÁTICO**

**Carlos Mario Ospina Zapata**

cmospina@economicas.udea.edu.co

**Resumen:** Se exponen fundamentos históricos, teóricos y conceptuales de los activos intangibles en el entorno empresarial y despliega algunos contenidos bibliográficos que describen el actual mundo económico. En el desarrollo de los postulados se deriva que la valoración de los activos intangibles se hace necesaria para el reconocimiento fiel y razonable de todos los hechos económicos que se dan dentro de las empresas, a su vez que se hace precisa para manejar una simetría entre los hechos que se expresan interna y externamente del ente económico. Dada las falencias que se presentan referentes al tema del reconocimiento de los activos intangibles, es el caso de la normatividad contable colombiana, la falta de indicadores de referencia para identificarlos y la poca conciencia que existe de que generan beneficios económicos futuros, entre otros, muchas de las entidades no contemplan en su gestión el reconocimiento de los activos intangibles, perdiendo así valor en mercados altamente competitivos.

**Palabras claves:** Economía del conocimiento, Activos Intangibles, Capital intelectual, Valoración, Medición, Reconocimiento, Normatividad contable.

### **0. Introducción**

Este estudio está enfocado como primera medida en determinar cuáles son los efectos que conlleva el hecho de no reconocer contablemente los activos intangibles que existen en la actualidad en algunas de las empresas más grandes de Antioquia.

Para la selección de dichas empresas se tuvo como patrón común empresas corporativas, es decir, con ingresos anuales superiores a \$40.000 millones o activos superiores a 30.000 smmv, que se encuentren ubicadas en el Valle de Aburrá.

La motivación por el estudio de esta problemática nace del auge que se observa en la actualidad de los intangibles,

En la economía moderna el conocimiento y los recursos intangibles que de él provienen, se han transformado en el factor crucial y fuente principal en la generación de beneficios, ventajas competitivas y por lo tanto, de valor en las empresas actuales. (Prusack 1997, citado en Pizarro 2006, Pág. 24).

<sup>1</sup> Artículo de investigación como producto de Trabajo de Grado. Departamento de Ciencias Contables, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Antioquia

Las grandes compañías han despertado un gran interés debido a su altísimo valor económico y por lo dinámico y cambiante que es el mundo de los negocios, que debe ser congruente con la evolución de los mercados y de las variaciones en las circunstancias en la economía actual.

Esta experiencia se inicia con una investigación documental que arroja en el aparte 1 una síntesis sobre la representación contable de la realidad empresarial, según el contexto actual de la economía. Seguidamente, se da una idea generalizada del concepto de Activos intangibles en el aparte 2, desde las distintas concepciones que se tienen en el entorno internacional.

Desde hace más de dos décadas, se habla de un movimiento progresivo hacia una economía basada en el conocimiento, “intensiva en tecnología y en constante cambio, en la cual las inversiones en recursos humanos, tecnología, investigación y desarrollo y publicidad se han convertido en esenciales de cara al fortalecimiento de la posición competitiva de la empresa y a asegurar su futura viabilidad” (Cañibano y García, 1999, pág. 20), es por esto que en el aparte 3, se remite al lector al contexto histórico y surgimiento de los activos intangibles. De forma seguida, en el aparte 4 se muestran las clasificaciones más relevantes de los recursos de naturaleza intangible, exponiéndose tanto los reconocidos contablemente en país como los que no.

La sección siguiente relaciona algunas de las intervenciones que los intangibles tienen en la gestión de la empresa, prestando especial atención al papel que juegan en el direccionamiento estratégico y en la generación de ventajas competitivas.

En el camino, se encontraron además una serie de criterios generalmente aceptados para la identificación, medición y reconocimiento de los intangibles, así como su forma de revelación, en los apartes 6,7 y 8; se identificaron las posiciones de algunos entes contables reguladores del mundo, y se confrontaron mediante un cuadro comparativo, ubicado en el apartes 6.

Por último, por medio de una serie de entrevistas a personal directivo de algunas de las grandes empresas antioqueñas, se identificaron los factores que dificultan la valoración de los activos intangibles en las empresas visitadas, y se conoció el nivel de relevancia que se le está dando a los activos intangibles en Antioquia. Así, se enuncia en el apartes 9, los efectos de no reconocer los activos intangibles en este tipo de empresas.

El campo de acción de este estudio es tan amplio que resulta extremadamente difícil no desviarse y tocar ramas de la temática. De aquí que este proyecto sólo aporte bases acerca de los efectos colaterales de presentar un situación financiera sin contemplar la realidad que suscriben los activos intangibles, sobretodo en el contexto antioqueño, sin embargo, no puede esperarse que en algún momento resuelva aspectos referentes a la normativa apropiada que se debe seguir, o ejemplificar cuáles son los modelos adecuados para el cálculo del valor de los activos intangibles. Tampoco resuelve lo relacionado con la formalización del reconocimiento y la valoración de intangibles.

### **1. La representación contable como reflejo fiel de la realidad empresarial**

Desde el contexto de la nueva economía del conocimiento se han podido detectar nuevas necesidades de información. Según Serrano y Chaparro (2001), la era del conocimiento ha generado a los gerentes, analistas externos e inversionistas requerimientos de información específica.

Estas son necesidades de información que no están siendo satisfechas por los estados contables, y a su vez no son visibles en los balances y documentos contables tradicionales, o por lo menos, no desde su fondo. Estas exigencias de información se refieren principalmente a:

- Riesgos inherentes a la empresa
- Recursos humanos que la conforman
- Activos intelectuales propios
- Impactos medioambientales de sus actividades productivas
- Imagen proyectada a los clientes

- Criterio sobre la calidad de sus productos
- Valor que aportan los productos al consumidor
- Actividades de investigación y desarrollo
- Modificaciones ahorradoras en recursos y procesos productivos
- Capacidad de innovación. (Serrano y Chaparro, 2001, pág. 97)

Las exigencias expuestas en el párrafo anterior, muestran las diversas necesidades que tiene cada uno de los usuarios de la información contable, y que a su vez, esperan siempre que dicha información sea fiel a la realidad del negocio, razón por la que la contabilidad debe generar siempre confianza mediante el manejo de cálculos exactos y con una baja tolerancia al error; sólo de esta forma, los usuarios podrían tener la seguridad de que sus intereses están bien resguardados.

Lee (1981) se pronuncia al dar un concepto de imagen fiel, y citado en Rivas y Paillacar (2004) define la imagen fiel como:

Una presentación de las cuentas, realizada de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados, presentándolas de forma que reflejen, dentro de los límites de la práctica contable actual, una fotografía libre de sesgos intencionados, distorsiones, manipulación, encubrimiento u ocultación de hechos. Esto significa que ha de tenerse en cuenta el espíritu de la ley y, por tanto esto ha de primar sobre la forma. (Rivas y Paillacar, 2004, Pág. 4)

Así, el punto en que Lee enfatiza no es más que el hecho de querer evitar toda obstrucción que pueda tenerse en la contabilidad y que tergiversar la realidad, llevando los registros y las cuentas adecuadas de manera que pueda llegarse a representar de la forma más fiel posible la realidad de la compañía, garantizando confianza a todos los participantes de la gestión empresarial.

Rivas y Paillacar (2004) por su parte, exponen que el concepto que se tiene en la actualidad de imagen fiel se relaciona directamente con el hecho de pretender que la información presentada en los estados financieros muestre una situación razonable de la empresa y de los resultados del período. Sin embargo, reconoce que la intervención que tiene el derecho sobre la contabilidad ha hecho que la normativa contable y los principios de contabilidad generalmente aceptados sean los que definan la información financiera que se debe presentar. De este modo, se puede decir que se empiezan a manejar en las empresas dos tipos de información, una, la que representa la situación económica y financiera de la empresa, y otra, que representa el escenario vigente de la empresa, y que integra además los hechos generadores de valor.

También destaca que “la importancia de una contabilidad supeditada al concepto de imagen fiel debiera permitir valorar la empresa, en un sentido amplio, posibilitando pronosticar sus resultados futuros, los que se encuentran íntimamente ligados a las decisiones tomadas por sus gestores” (Rivas y Paillacar, pág. 5) pues uno de los grandes retos por los que se pasa hoy por hoy es el de disponer de metodologías que permitan medir y comparar de manera constante la creación de valor en las empresas y “la contabilidad desarrollada sobre la base del concepto de imagen fiel debiera ser capaz de aportar a este importante desafío”. (Rivas y Paillacar, pág. 5)

Estos desafíos están dados en gran parte por la movilidad de la economía, dado que los negocios han cambiado, son más dinámicos y globales. Por ejemplo, en Chile, “existe una creciente necesidad informativa sobre los recursos de naturaleza intangible, lo que unido a un incremento de la interacción internacional, obliga a las empresas nacionales a entregar información eficiente y de calidad sobre estos activos”. (Pizarro, 2006, Pág. 24)

En el caso colombiano, la economía ha traspasado las fronteras, y en específico, en Antioquia las grandes compañías han buscado beneficios en otras latitudes, así, la información que están empleando para los entes gubernamentales es la requerida según los principios de contabilidad de Colombia, pero la información con la que se toman las decisiones y se hacen los grandes

negocios, es la que le da mayor importancia al fundamento económico originador de la transacción que a la formalidad del registro contable.

Las personas que están tomando decisiones a partir de los diferentes informes presentados, están solicitando información homogénea y fácilmente comparable, por lo que una vez, creadas las diferencias entre los estados financieros y el escenario vigente de la empresa, el responsable de presentar dicha información se ve en la obligación de explicar cada una de estas incompatibilidades, y contablemente, en la obligación de registrar conciliaciones que terminen por equiparar la realidad que necesita soportar, tal y como apunta el señor Javier García en su plática sobre Conciliaciones e Impuesto diferido (Agosto de 2008, Proyecto de Aula Procedimientos Tributarios II Universidad de Antioquia).

De manera que se llega a la siguiente situación: mientras la normatividad contable se encuentra aún tan estática, las transacciones de las empresas son cada vez más diversas, globales y ágiles, por esta razón, los responsables de la gestión contable se están viendo en la necesidad de implementar otro tipo de herramientas de valor técnico (como las normas internacionales de contabilidad, y otros implementos interdisciplinarios y complementarios) para poder administrar el giro ordinario de su negocios de la forma más beneficiosa. Lev y Zarowin (1998) citados en Pizarro (2006) enfatizan en que en los estados financieros hay problemas para notificar sobre los activos intangibles, lo que ha generado una disminución ostensible de su capacidad informativa y una pérdida de credibilidad.

## 2. Definición de Activo Intangible

En la actualidad, el modelo contable tradicional resulta en alguna medida poco suficiente debido a su incapacidad para reflejar el valor de determinadas inversiones, y a su vez dificulta la consideración de las actividades de innovación como variables estratégicas. Dentro de estas inversiones están los activos intangibles, y se observa que la normatividad contable aún se queda corta en cuanto a la generación de patrones y/o indicadores para su identificabilidad y reconocimiento general.

Existen múltiples autores que en diferentes formas de expresarse se inclinan hacia la tarea de definir el concepto de activo intangible. A continuación se presentan algunos de los diversos conceptos que se manifiestan en el contexto contable:

Johnson y Meigs (1985), sostienen que "el término de activo intangible se utiliza para describir un activo no corriente que se utiliza en la operación del negocio, pero carece de sustancia física" (pág. 411).

Vargas Montoya (2000), define como Recursos intangibles aquellos recursos que no tienen soporte físico, lo que hace muy compleja su identificación y valoración.

Por su parte, Navas y Guerras (1998), enuncian como sus características básicas las siguientes:

"Son activos que se sustentan en información y que ésta no es siempre codificable. Los derechos de propiedad de estos recursos no siempre están bien definidos". (Pág. 24)

En cuanto a las definiciones de activos intangibles en normatividades de diferentes países se tiene que:

El decreto 2649 de 1993 (Colombia), los define como:

Los recursos obtenidos por un ente económico que, careciendo de naturaleza material, implican un derecho o privilegio oponible a terceros, distinto de los derivados de otros activos, de cuyo ejercicio o explotación pueden obtenerse beneficios económicos en varios periodos determinables, tales como patentes, marcas, derechos de autor, etc."

La NIC 38 define el concepto de activo intangible como:

Es un activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física, que se posee para ser utilizado en la producción o suministro de bienes y servicios, para ser arrendado a terceros o para funciones relacionadas con la administración de la entidad.

La regulación contable española, utiliza el término “inmovilizados inmateriales” para referirse a los elementos patrimoniales intangibles, constituidos por derechos susceptibles de valoración económica (gastos de investigación y desarrollo, concesiones administrativas, propiedad industrial, fondo de comercio, etc.)

En el reino Unido el Accounting Standard Board, ASB (1997): “define los activos intangibles como aquellos no financieros que no tienen sustancia física, son identificables y controlados por la empresa a través de derechos legales o custodia física”.

De manera que si se hace un recuento y un análisis de las diferentes definiciones de activos intangibles anteriormente planteadas, pueden identificarse características comunes en las distintas definiciones, es el caso de la naturaleza inmaterial, la identificabilidad, el control y los beneficios futuros. Es decir, que los activos intangibles son recursos no físicos como el conocimiento y la información, que a su vez deben ser identificables (que puedan venderse, separarse) y controlables por la empresa en cuanto a su adquisición, generación y restricción a terceros, de los cuales se obtiene beneficios económicos futuros, traducibles en ingresos o ahorro de costos y gastos.

### 3. Contexto histórico y surgimiento de los Intangibles

“El debate acerca de cómo deberían de ser contabilizados los activos intangibles y presentados en los estados financieros ha estado presente en la literatura a lo largo de un período de aproximadamente un siglo” (Cañibano y García, 1999, pág. 7). Desde los inicios de las alarmas bursátiles de finales del siglo XIX, unidas a las variaciones de los sectores fabriles, es decir, el fin de la revolución industrial, la elevación de los pasivos empresariales hizo que las empresas se empezaran a preocupar por todos los hechos que permitían la gestión y el desarrollo de sus fines, es el caso de aquellas instancias intangibles que le generaban variaciones y valor en los resultados de sus operaciones. Sin embargo, al tema de conocer e identificar los activos intangibles en el mundo empresarial se le ha dado mayor importancia a partir de las nuevas condiciones del mercado, que les exigen a las empresas ser más competitivas y estar a la vanguardia con los nuevos sistemas de información, tecnología y comunicación.

De igual forma, estos activos cobran interés dado que las empresas requieren identificar y reflejar fielmente los hechos económicos, financieros, legales y de gestión que hacen parte de su devenir cotidiano y aportan para el desarrollo adecuado del objeto social. No obstante, aunque nuevos escenarios como el capitalismo financiero, requieran el reconocimiento de los intangibles y aparentemente sean algo nuevo, éstos han estado inmersos generando valor durante muchos años en las compañías, sólo que no han sido identificados ni se les ha dado el tratamiento requerido para su reconocimiento, “hoy por hoy, las inversiones en intangibles se han convertido en una preocupación fundamental para las empresas que persiguen crear o mantener ventajas competitivas” (Cañibano y García, pág. 9).

Fue sólo después de mucho tiempo y de haber agotado un modelo de revolución industrial, que la sociedad reconoció que otra de las fuentes de generación de riqueza era el conocimiento. Un conocimiento que a través de toda la historia ha demarcado notoriamente las diferentes organizaciones pero que sólo se le dio mayor importancia con la evolución de los negocios y con el surgimiento de necesidades más específicas de información.

Es indiscutible que la economía del conocimiento y los efectos de la globalización imponen desafíos trascendentales para la profesión contable, tal es el caso del reconocimiento de los recursos de naturaleza intangible, que al igual que los de naturaleza tangible toman participación en la

generación de riqueza y de ventajas competitivas sostenibles para las empresas. Esta nueva economía, involucra a las organizaciones en un contexto muy diferente al mundo industrial de los últimos siglos, y hace que se genere una demanda de productos basados en el conocimiento con un crecimiento muy fuerte de tecnología e innovación.

Los nuevos retos que surgen con la economía del conocimiento finalizando la década de los 90's e iniciando el siglo XXI, hacen que las organizaciones se tengan que percatar sobre la importancia de la adquisición, captación, conservación, desarrollo y utilización de recursos de naturaleza intangible como la información y el conocimiento. Así mismo, que una adecuada gestión de estos activos, conlleva a la búsqueda de tendencias de contabilidad más avanzadas, que puedan brindar un tratamiento conveniente dentro de los sistemas organizacionales.

De manera que esta economía ha incitado a las organizaciones a contemplar mecanismos y prácticas contables más apropiadas para la valoración de los activos intangibles, recursos que en la actualidad, son indispensables para dirigir y ejecutar sus actividades operativas, y que se vuelven más costosos tanto en su adquisición como para su desarrollo interno. Esta necesidad, se hace notoria desde que se admitió que los recursos intangibles no sólo generan costos para las organizaciones, sino que además, son fuentes de beneficios futuros, que pueden llegar a convertirse en imprescindibles para el funcionamiento óptimo de la organización, según como apunta Vargas (2000, pág. 4).

Para un ente económico, la información es vital para dirigir su sistema corporativo, por lo que requiere además conocimiento, que se establece como esa capacidad de utilizar y desarrollar la información que poseen las organizaciones y que sirve para el desarrollo de sus actividades ordinarias (saber hacer), la solución práctica de sus problemas y la toma de sus decisiones.

Blanco clasifica el conocimiento como: "Público y el privado, siendo el primero aquel de dominio masivo que puede obtenerse de fuentes de acceso abierto y que permite conocer los procesos y fenómenos más generales de la naturaleza y la actividad del ser humano. Por otra parte, el segundo, es aquel de dominio más restringido, poseído generalmente por expertos u organizaciones, con un campo de aplicación más específico. Este conocimiento intenta ser restringido por quienes lo poseen para el uso de terceros, pues siendo una fuente de ventajas económicas, proporciona por lo general, una superioridad sobre la competencia". (Blanco, 2001, pág. 3).

Como se plantea en el párrafo anterior, la información y el conocimiento son elementos intangibles, pero reales, que tienen un costo asociado al proceso físico de su obtención y desarrollo, como se da en el caso de las inversiones en recursos materiales, humanos, informativos, financieros y temporales. Pese a todo, en la práctica tradicional, la consideración de invertir en información y conocimiento implica un gasto inevitable en la entidad, e incluso la dificultad existente en la medición del costo de la obtención y de mejora del conocimiento privado ha llevado a muchas organizaciones a suponer implícitamente que no existe.

A pesar de su condición de intangibles y las dificultades en su control y valoración para las organizaciones, el conocimiento y la información, generan ciertas ventajas competitivas que diferencian a una compañía de otras. Estas ventajas competitivas pueden convertirse en el dominio de un nuevo mercado, la fidelización de un cliente importante, el aumento de ganancias, entre otras. Así es como las empresas que emergen en la nueva economía requieren de grandes avances tecnológicos y medios masivos de comunicación; y, la combinación de estos factores aumenta las oportunidades de negocio, la velocidad de generar valor y agilizan las transacciones que se realizan entre los agentes del nuevo mundo, demandando alta flexibilidad y la adopción de nuevos modelos de negocio.

Según Castells (2000) la nueva economía es una economía informacional o basada en el conocimiento, es global y organizada en red, y ninguno de estos factores se puede dar sin el otro.

De modo que, la nueva economía está centrada en el conocimiento y en la información como bases de productividad y competitividad, tanto para las empresas como para regiones, ciudades y países.

Todas las actividades económicas de los agentes están articuladas globalmente y funcionan como una unidad en tiempo real en torno a dos sistemas de globalización económica: la globalización de los mercados financieros interconectados, en todas partes, por medios electrónicos y, por otro lado, la organización a nivel planetario de la producción de bienes y servicios y de la gestión de éstos.

Castells (2000) menciona además, que este tipo novedoso de economía funciona en redes descentralizadas dentro de la empresa, en redes entre empresas, y en redes entre las empresas y sus redes de pequeñas y medianas empresas subsidiarias. Por lo que podría decirse que esta economía en red permite una extraordinaria flexibilidad y adaptabilidad, y las empresas que no estén en ella, no estarán en las mismas condiciones para enfrentarse a los inesperados cambios del mercado global.

#### **4. Clasificación de los Activos Intangibles**

A lo largo de las dos últimas décadas, diversos autores se han aventurado a catalogar a los activos intangibles desde su propia perspectiva, lo que ha llevado a un sinnúmero de clasificaciones, que si bien se perciben, guardan sus diferencias y sus similitudes, de manera que a continuación se presentan algunas de las clasificaciones más relevantes, y que sirven de base para que nuevos investigadores trabajen el tema:

##### *4.1. Perspectiva de los Recursos Humanos*

Kaplan y Norton (1999) apuntan que una organización está coordinada cuando todos sus empleados comparten un propósito, una visión común, y saben de qué forma su función individual sirve de apoyo a las estrategias generales.

Esta coordinación es posible adquirirla, si, y sólo si existe una excelente comunicación y difusión de los objetivos del direccionamiento estratégico a lo largo y ancho de la empresa, pero además deben cerciorarse que fueron entendidos y comprendidos por todos los empleados, para que se sientan identificados y determinen qué papel juegan en la consecución de estos objetivos, además que reconozcan de qué maneras adicionales pueden colaborar mediante la innovación y la creación.

Cuando los empleados logran comprender que los objetivos empresariales son producto del esfuerzo de todos, pueden establecer metas personales que encajen con la estrategia general, y que se cumplen a medida que se avanza en la conquista del objetivo organizacional.

Sintetizan además, que el activo que mayor potencial ofrece para una organización es el conocimiento colectivo, de aquí que se vean cada vez con más frecuencia compañías que optan por invertir en sistemas formales de gestión del conocimiento. La única dificultad que se presenta está al motivar a las personas a que realmente documenten sus ideas y conocimientos, y ponerlos a disposición de los demás para lograr optimizar y mejorar procesos cotidianos.

Entonces plantean una clasificación de los activos intangibles desde el punto de vista de su disponibilidad estratégica en la organización.

Tabla N° 01. Clasificación de los Activos Intangibles desde la perspectiva de los recursos humanos

ACTIVOS INTANGIBLES DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL <sup>2</sup>		Responden a los requerimientos de la organización referidos a
<b>Capital Humano (CH)</b>	Las capacidades, el talento y el conocimiento que poseen las personas de una empresa.	¿Qué empleos?
<b>Capital de Información (CI)</b>	Las bases de datos, los sistemas de información, las redes y la infraestructura de tecnología de una empresa.	¿Qué tipo de clima?
<b>Capital Organizativo (CO)</b>	La Cultura empresarial, el liderazgo, el grado de coordinación entre sus empleados profesionales y sus objetivos estratégicos, y la capacidad para compartir ese conocimiento.	¿Qué sistemas de información?

Fuente: Sveiby, 2000, pág. 92

Como primera instancia, esta clasificación apunta que la diferencia entre las competencias necesarias y las competencias existentes mide la disponibilidad de Capital Humano en la Organización, y si las primeras son superiores a las segundas, representan una deficiencia de competitividad.

Seguidamente, muestra que el capital de información mide la eficiencia de las tecnologías de la información empleadas en la empresa para sus procesos internos; y relaciona directamente el beneficio que proporciona una infraestructura adecuada (hardwares, servidores, centrales y redes de comunicación) y sus aplicaciones.

Como tercera y última anotación, se resalta que el capital organizativo es el menos conocido, y esto se ha atribuido en múltiples ocasiones a la complejidad de su medición. Aunque en la historia se ha mostrado que los directivos de algunas empresas interesadas en su valoración se centran en identificar aquellos puestos que tienen inferencia en las estrategias empresariales. De esta manera, empiezan a consolidar en sus procesos de contratación de personal, técnicas como la definición detallada del perfil del puesto, de las competencias, de los conocimientos, capacidades y valores necesarios que auguren el éxito en la interacción del empleado en particular y del resto de su equipo de trabajo.

#### 4.2. Perspectiva del Decreto 2649 de 1993

La normatividad contable colombiana también ha querido participar mostrando una postura con respecto a los activos intangibles, y los definió como aquellos recursos obtenidos por un ente económico que, carecen de materialidad, e implican un derecho sostenible ante terceros, de los que pueden obtenerse beneficios económicos en varios períodos determinables.

También manifiesta la necesidad de amortizarlos dada la contribución que hacen a la generación de renta de la empresa, y además para cumplir con el principio de asociación, que señala que cada ingreso se relaciona directamente con el gasto. Entre los recursos que la legislación del país reconoce como intangibles se encuentran:

---

<sup>2</sup> Balanced Score Card

Tabla N°02. Clasificación de los activos intangibles desde la perspectiva del Decreto 2649 de 1993

RECURSOS	DEFINICIÓN	OBSERVACIONES
<b>Crédito Mercantil</b>	Es el valor adicional pagado en la compra de un ente económico sobre el valor en libros o sobre el valor calculado o convenido de todos los activos netos comprados por reconocimiento de atributos especiales, tales como el buen nombre, personal idóneo, reputación de crédito privilegiado, prestigio por vender mejores productos y servicios y localización favorable.	Este activo intangible es clara muestra del mayor valor que pueden tener las organizaciones sobre su valor en libros, debido al desarrollo de atributos especiales donde hay conciencia de que se poseen, pero no pueden ser reconocidos cuantitativamente dentro de los informes financieros de la empresa, es el caso del personal idóneo, el prestigio por calidad y exclusividad, la reputación de crédito, clientes exclusivos, entre otros.
<b>Marcas</b>	Contribuye a la finalidad específica de la publicidad que es proponer y promover productos cualificados, proporcionando identidad e individualidad a las cosas y aumentando su valor respecto a los que no tienen marca.	Una marca es un activo intangible que genera valor a las organizaciones al constituirse en el punto de diferenciación del producto o servicio que ofrece, frente a los de la competencia, de acuerdo a su prestigio, calidad, características especiales y preferencia por los consumidores.
<b>Patentes</b>	La patente da el derecho exclusivo (durante el período que la ley establezca) de usar, vender o licenciar la invención. Finalizado el plazo de protección legal, el producto o procedimiento inventado puede ser empleado libremente por cualquier persona.	El derecho exclusivo de la producción y comercialización de un producto o servicio (sobre el que recae la invención o posesión), le otorga a las organizaciones un poder en el mercado, o en una fuente generadora de ingresos, que en últimas puede traducirse en un mayor valor de mercado de la empresa.
<b>Concesiones y franquicias</b>	Acuerdo contractual mediante el cual se una compañía matriz (franquiadora) le concede a una pequeña compañía a un individuo (franquiciador) el derecho de hacer negocios en condiciones específicas. Las concesiones resultan de actos gubernamentales o de contratos que otorgan a quien la recibe (el concesionario) algún tipo de derecho de explotación durante un período limitado o ilimitado.	El derecho otorgado por un tercero de producir y comercializar productos bajo unas condiciones específicas es un activo sobre el cual se tiene certeza sobre su costo o valor de adquisición y su traducción en beneficios económicos futuros.
<b>Derechos</b>	Los más conocidos son los derechos de autor, que es un conjunto de normas y principios que regulan los derechos morales y patrimoniales que la ley concede a los autores, por el solo hecho de la creación de una obra literaria, artística o científica, tanto publicada o que todavía no se haya publicado.	La creación de una obra literaria, artística o científica le otorga a las empresas un derecho exclusivo que puede registrarse en los informes financieros de la misma, otorgándole un mayor valor en libros y un reconocimiento en el mercado, traducible en beneficios económicos futuros.
<b>Know How</b>	Es la totalidad de los conocimientos, del saber especializado y de la experiencia, volcados en el procedimiento y en la realización técnica de la fabricación de un producto, y precisando que, dicho concepto puede designar no solamente fórmulas y procedimientos secretos, sino también una técnica que guarde conexión con procedimientos de fabricación patentados y que sea necesaria para hacer uso de la patente y que también puede designar procedimientos prácticos, particularidades y procedimientos especializados técnicos, que hayan sido obtenidos por un productor a través de la investigación y no deben ser adquiridos por la competencia. (Superintendencia de Industria y Comercio, 2002)	El desarrollo interno de conocimientos, la experiencia y la realización de una técnica o procedimiento particular que hacen del resultado un producto o servicio único, diferente o especial, le otorgan a las empresas un elemento diferenciador, que es fuente de beneficios futuros y que aparece en los Estados Financieros de las compañías.
<b>Licencias</b>	Contrato mediante el cual una persona recibe de otra el derecho de uso de varios de sus bienes, normalmente de carácter no tangible o intelectual, a cambio del pago de un monto determinado por el uso de los mismos. Estos activos son propiedad del otorgante, y pueden ser bienes de propiedad intelectual como una marca, patente o tecnologías. También pueden ser objeto de licencia otros bienes de carácter intangible como la distribución de obras intelectuales.	El Derecho de uso de bienes no tangibles o de carácter intelectual, como marcas, patentes o tecnologías, permiten a las empresas mejorar los procesos internos y ofrecer productos o servicios de mayor calidad, traducibles en beneficios económicos futuros.

Fuente: Adaptado de Rodríguez, 2006, Pág. 6.

#### 4.3. Activos no reconocidos contablemente como intangibles

Si bien se tiene la conciencia que en las empresas hay activos intangibles presentes, se sabe también que no existen cálculos de reconocido valor técnico para su medición, ni mucho menos que sean contemplados en la normatividad contable nacional. De manera, que en el presente cuadro se muestran aquellos activos de naturaleza intangible que aunque no son presentados en los estados financieros de las empresas, sí son apreciados como generadores de recursos futuros.

Tabla N° 03 Activos no reconocidos contablemente como intangibles

Recursos	Definición	Observaciones
<b>Software adquirido</b>	Uso de un programa o aplicación computacional <u>sin ser el dueño</u> , por lo que no se tiene la propiedad para venderlo, ni arrendarlo o modificarlo. Son base para la generación de los sistemas de información de la empresa, como es el caso del listado de clientes, proveedores, entre otros. (CESLCAM)	Valorar, registrar, depreciar o apreciar programas que se obtuvieron por cesión, pirateo o elaboración de algún empleado de la empresa.
<b>Software desarrollado por la empresa</b>	Uso de un programa o aplicación computacional <u>siendo el dueño</u> , por lo que se tiene la propiedad para venderlo, arrendarlo y modificarlo. Son base para la generación de los sistemas de información de la empresa, como es el caso del listado de clientes, proveedores, entre otros.	Este activo se constituye en uno de los elementos claves de las empresas para la optimización y mejora de los procesos internos en cuanto al manejo de la información. Pueden ser desarrollados exclusivamente por el personal de la empresa o puede partir de un software adquirido, el cual es modificado o mejorado para su adaptación a las necesidades de la empresa.
<b>Bases de datos adquiridas</b>	Poseen un costo de adquisición. La información estratégica que posee puede generar estrategias competitivas.	Estas bases de datos sirven para generar estrategias, que dependiendo de su gestión, pueden poner a las compañías que las poseen en ventajas respecto a la competencia, lo que puede traducirse en beneficios económicos futuros.
<b>Bases de datos generadas internamente</b>	Poseen un costo de desarrollo y mantenimiento como es el caso del salario del personal que lo desarrolla, la depreciación de los equipos utilizados en su elaboración y otros materiales. Por otra parte, dependiendo de su gestión, generan utilidades a la empresa que lo desarrolla al convertirse en una estrategia diferenciadora con respecto a la competencia y servir como base en el suministro de información táctica y estratégica para la gestión de las operaciones y la toma de decisiones administrativas. (Revista Scientia Et Technica).	Al no ser un activo adquirido, existen dificultades en determinar su costo real. Las bases de datos generadas internamente pueden constituirse en fuentes de beneficios futuros, si de su gestión se desprenden estrategias diferenciadoras con respecto a la competencia, como es el caso de la lista de clientes, que permite conocerlos detalladamente y satisfacer plenamente sus gustos y necesidades.

Fuente: Recopilación propia

Estos activos mostrados en el cuadro anterior, entre muchos otros intangibles que no son reconocidos contablemente pese a la deficiencia de la normatividad contable y a la inexistencia de métodos de valoración claros, pueden constituirse en una de las causas de la disparidad existente entre los valores asignados por los mercados de valores y por los libros contables a determinadas empresas. “Una manifestación clara de la pérdida de relevancia de la información contable es la creciente diferencia existente entre el valor de mercado de las empresas y el valor contable de sus recursos propios en la mayoría de los países” (Cañibano y García, 1998, pág. 2). En otras palabras, cada vez la contabilidad explica menos los movimientos del mercado bursátil. Por esto deben buscarse mecanismos de medición y valoración que permitan el suministro de información cuantitativa y/o cualitativa de estos recursos intangibles.

#### 4.4. Unificación de conceptos intangibles

El siguiente cuadro relaciona las distintas bases de clasificación de los activos intangibles, que se considera, integran los aportes de los diferentes autores consultados:

Tabla N° 04. Unificación de conceptos intangibles

CRITERIO	CLASIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN
Según el origen de su naturaleza	Recursos Humanos	Aptitudes, habilidades y conocimientos que posee el recurso humano de la empresa.
	Recursos no Humanos	Recursos intangibles diferentes al conocimiento de la persona: software, licencias, listado de clientes.
Según la forma de incorporación	Adquiridos por la empresa	Implican un intercambio con un tercero, por lo que su costo es fácilmente identificable. Ej.: Concesión, franquicias.
	Desarrollados por la empresa	Presenta mayor dificultad para asignarle un costo que se pueda medir fiablemente. Ej.: Gastos de desarrollo, Gastos de Organización
Según la estructura	Intangibles de estructura interna	Capacidad de los sistemas de información de que dispone la empresa, como son la estructura organizativa, los métodos y procedimientos de trabajo, sistemas de dirección y gestión, cultura de la empresa y filosofía de gestión.
	Intangibles de estructura externa	Son los recursos de mercado (marcas, prestigio e imagen de la empresa, denominación social, franquicias), la clientela de la empresa (su fidelidad, satisfacción, importancia o reputación) y las relaciones y alianzas que ha desarrollado la organización (las relaciones con los proveedores, bancos, políticos, instituciones y accionistas).
Según la posibilidad de reconocerse contablemente	Reconocidos contablemente	Están contemplados en la normatividad contable y son de naturaleza inmaterial, identificables y generan beneficios económicos futuros.
	No reconocidos contablemente	Son recursos que no están contemplados en la normatividad contable, que presentan dificultades en su reconocimiento y valoración por parte de las empresas que los desarrollan internamente.
Según la posibilidad de separarse del individuo	Separables del individuo	Pueden separarse de los individuos que lo crearon, por lo que pueden alquilarse, venderse, o disponer de ellos libremente.
	No separables del individuo	No pueden separarse de los individuos que lo crearon
Según el contexto legal	Defendibles en un contexto legal	Beneficios del capital humano apropiables por medios legales (se posee defensa legal ante el uso exclusivo del bien). Ej.: Patentes, secreto industrial, marcas, el nombre comercial.
	No defendibles en un contexto legal	Beneficios del capital humano no apropiables por medios legales. Ej.: Rutinas organizativas, cultura empresarial, clientes y proveedores.

Fuente: Adaptado de Vargas Montoya, 2000, p. 8 y Rodríguez Gutiérrez, 2002, p.8.

## 5. Gestión de los Activos Intangibles en las organizaciones

Cuando una empresa tiene claro cuál es el camino que ha elegido y qué es lo más importante para alcanzar sus objetivos, debe concretizarlo en su direccionamiento estratégico, y poder definir abiertamente sus ventajas competitivas, pues en el entorno actual de los negocios éstas hacen parte de la fuente generadora de activos intangibles. Pero estos activos sólo tendrán un rol importante en la estrategia organizacional si cumplen con ciertos requisitos para ser considerados intangibles, pues deben causar una diferenciación positiva de la competencia que pueda ser percibida por los clientes, además deben ser perdurables en el tiempo.

De manera que, las organizaciones que están conscientes del papel que juegan los activos intangibles en el giro ordinario de sus negocios, han debido implementar técnicas de gestión estratégica, tanto para sus objetivos corporativos como para la administración y el control de los intangibles.

Dada su intensidad en conocimiento, los activos intangibles han sido denominados Capital Intelectual (Arango y otros 2008, pág. 109); éste es un tema que se torna cada día más crítico. Ulrich (2001, citado en Arango y otros, 2008, pág. 110), expone algunas de las razones:

- Es el único bien de la empresa susceptible de ser revalorizado.

- El trabajo ligado al conocimiento va incrementándose cada vez más al lado del sector de los servicios.
- Dada una oferta de trabajo amplia, si los empleados deciden laborar en una compañía en específico es por el compromiso emocional que tienen con dicha empresa.
- Si no se aprecia con amplitud el capital intelectual, la calidad de desempeño laboral de los empleados con mayor capital intelectual no mejora proporcionalmente a como se incrementa.
- La impresión que se llevan los clientes de la empresa dependen de la atención que reciban del empleado con el que tuvieron contacto, y en algunas empresas, éstos son los empleados con mayor tasa de rotación, de manera que pueden muchas veces no tener la dedicación ni la competencia suficiente, lo que conlleva a empeorar la imagen de la empresa.

En marzo de 2004, Accenture Madrid hizo una encuesta a los responsables de la alta dirección de las más grandes compañías del mundo para que opinaran acerca del valor que adjudican a la gestión de activos estratégicos, tanto materiales como intangibles. Se obtuvo entonces como resultado que el 50% de estos ejecutivos la consideró como la principal fuente de valor a largo plazo para los inversionistas, además cerca de la tercera parte cree que la gestión de los activos intangibles es uno de los tres aspectos de gestión fundamentales a los que se enfrentan sus compañías en la actualidad, y que es muy importante para el éxito de las compañías de alto rendimiento.

Sin embargo, el estudio también sostiene que el 95% de los encuestados afirma que no cuentan con un sistema adecuado y fiable para medir el rendimiento de los activos intangibles.

En Europa puede decirse que se ha evolucionado mucho en la gestión de estos activos, pues la mayoría de países desarrollados están sincronizados con el incremento en la competitividad que se vive en la economía, así compañías, como las suecas, no sólo están midiendo los activos materiales, sino que están poniendo en práctica sistemas para medir intangibles, de esta manera estas organizaciones líderes están contando con mayores oportunidades para mejorar el rendimiento de su negocio y su creación de valor.

A manera de sugerencia se puede decir que la gestión de los activos intangibles debe llegar a ocupar el lugar que se merece en la planeación gerencial de las compañías, instrumentos como el Balance Scorecard que cada vez son más utilizados para trazar las metas y los objetivos específicos, contemplan pilares en los que se programa el alcance de las metas financieras, pero no se deja de lado la perspectiva de los clientes, la efectividad de los procesos internos, los procesos de innovación y mejora, y el ambiente laboral y la cultura organizacional de la empresa. De aquí, que en esta planeación inicial también deba tenerse en cuenta a los directivos del departamento de recursos humanos, pues “actualmente, más que nunca, las empresas necesitan distribuir cantidades crecientes de recursos en I+D y en otras actividades innovadoras e invertir en recursos humanos con el fin de conseguir alcanzar niveles superiores de conocimiento y mejoras tecnológicas que les permitan explotar las ventajas competitivas” (Cañibano y García, 1999, Pág. 38).

Además se anota que algunos activos “tales como los recursos humanos podrían ser reconocidos, porque aunque la empresa no sea la propietaria de sus empleados, sí controla los beneficios futuros que ellos generan”. (Cañibano y García, Pág. 39).

## **6. Tratamiento contable de los Activos Intangibles**

### *6.1. Contexto colombiano*

Es una realidad que la economía del conocimiento requiere valorar además de lo tangible lo intangible dentro de las organizaciones, de aquí que se haga imperante analizar cómo es el manejo normativo de los activos intangibles a nivel nacional e internacional, para unificar conceptos que

promulguen una adecuada valoración de los intangibles y que inciten a su reconocimiento dentro de las empresas.

En el Decreto 2649 de 1993 y en el decreto 2650 del mismo año se habla sobre los activos intangibles. El decreto 2649 del 93 los define como:

Los recursos obtenidos por un ente económico que, careciendo de naturaleza material, implican un derecho o privilegio oponible a terceros, distinto de los derivados de los otros activos, de cuyo ejercicio o explotación pueden obtenerse beneficios económicos en varios periodos determinables, tales como patentes, marcas, derechos de autor, crédito mercantil, franquicias, así como los derechos derivados de bienes entregados en fiducia mercantil

Este decreto no sólo muestra una definición sino que también habla de cómo debe llevarse su valoración y amortización, así mismo hace énfasis a la norma básica de la asociación. Manifiesta este decreto que a nivel de valoración del intangible el valor histórico debe corresponder al monto de las erogaciones claramente identificables en que efectivamente se incurra al adquirirlos, crearlos y usarlos, el cual debe ser comunicado según la inflación.

En cuanto a la amortización, el artículo 66 del mismo decreto aclara que para poder reconocer la contribución de los activos intangibles a la generación del ingreso, se deben amortizar de manera sistemática durante su vida útil, por cualquier método de amortización que se ajuste a las características del activo y tengan su respectivo valor técnico.

Por otra parte, en el artículo 54, el Decreto 2649 establece, con respecto a la norma básica de asociación, que los costos de los activos y los ingresos y gastos diferidos, re-expresados como consecuencia de la inflación cuando sea el caso, deben ser asignados o distribuidos en las cuentas de resultados, de manera sistemática, en cumplimiento de esta norma básica.

En resumen, lo que plantea la norma colombiana es que todo hecho económico realizado dentro de una organización debe estar reflejado en los estados financieros. Por tanto es de suma relevancia reconocer los intangibles dentro de la organización como fuentes generadoras de valor. Sin embargo, la legislación del país sólo contempla la existencia de los activos intangibles que se enuncian en el Decreto 2650 (PUC), de modo que limita el reconocimiento de los otros activos de esta misma naturaleza, reconocidos por ejemplo en la NIC 38, por eso, se requiere de modificaciones que estén acordes con la situación actual del mundo de los negocios, que a su vez, vayan más enfocadas hacia la economía del conocimiento, pero lo que se ve por el momento, es una adaptación paulatina de las normas internacionales de contabilidad referentes a intangibles a las necesidades de las empresas colombianas.

## 6.2. Contexto Internacional según las NIC's

Para poder conocer un poco el tratamiento contable que se les da a los activos intangibles a nivel internacional, es necesario contemplar una adaptación propia y efectiva de las NIC's.

La norma que compete en este contexto sería la Norma Internacional de Contabilidad N° 38 que trata los activos intangibles y los define como “Un activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física” (NIC 38). Esta norma sólo considera activo intangible aquello que tenga identificabilidad, que se pueda controlar y que genere beneficios económicos para la empresa en el futuro. De lo contrario el valor derivado de su adquisición o de su generación interna se reconocerá como un gasto del período.

Un activo satisface el criterio de identificabilidad incluido en la definición de activo intangible de la NIC 38 cuando:

- (a) es separable, esto es, es susceptible de ser separado o escindido de la entidad y vendido, cedido, dado en explotación, arrendado o intercambiado, ya sea

individualmente o junto con el contrato, activo o pasivo con los que guarde relación; o

(b) surge de derechos contractuales o de otros derechos legales, con independencia de que esos derechos sean transferibles o separables de la entidad o de otros derechos u obligaciones.

Así, la NIC 38 considera como activos intangibles: programas informáticos, patentes, derechos de autor, películas, listas de clientes, licencias de pesca, cuotas de importación, franquicias, relaciones comerciales con clientes o proveedores, lealtad de los clientes, cuotas de mercado y derechos de comercialización.

Tras considerar estos activos como intangibles, la misma norma expresa que se les debe hacer un control, manifestando que:

Una entidad controlará un determinado activo siempre que tenga el poder de obtener los beneficios económicos futuros que procedan de los recursos que subyacen en el mismo, y además pueda restringir el acceso de terceras personas a tales beneficios. La capacidad que la entidad tiene para controlar los beneficios económicos futuros de un activo intangible tiene su justificación, normalmente, en derechos de tipo legal que son exigibles ante los tribunales. En ausencia de tales derechos de tipo legal, será más difícil demostrar que existe control. No obstante, la exigibilidad legal de un derecho sobre el elemento no es una condición necesaria para la existencia de control, puesto que la entidad puede ejercer el control sobre los citados beneficios económicos de alguna otra manera. (NIC 38).

Igualmente, indica que dentro de los beneficios económicos: “se incluyen los ingresos ordinarios procedentes de la venta de productos o servicios, los ahorros de coste y otros rendimientos diferentes que se deriven del uso del activo por parte de la entidad”. (NIC 38).

Un ejemplo que abarca las características anteriores requeridas para considerar un activo como intangible lo da la misma norma cuando señala que los conocimientos técnicos y de mercado pueden dar lugar a beneficios económicos futuros. La entidad controlará esos beneficios si, por ejemplo, tiene protegidos tales conocimientos por derechos legales como la propiedad intelectual o el derecho de copia, la restricción de los acuerdos comerciales (si estuvieran permitidos), o bien por una obligación legal de los empleados de mantener la confidencialidad.

Sumado a esto, apunta que los activos intangibles contablemente se reconocen inicialmente por el costo, y este costo de adquisición incluye: El precio de adquisición, más las erogaciones asociadas a la compra, y cualquier partida adicional que se requiera para que la entidad deje el activo en condiciones de uso apropiado.

No obstante, para poder hacer el reconocimiento contablemente es prioritario ver como la norma considera ciertos gastos (inmateriales) y los activos intangibles provenientes de diferentes actividades:

- Gastos de investigación. Se han de cargar en la cuenta de resultados en el momento en el que se incurren.
- Gastos de desarrollo. Se capitalizan sólo cuando se ha podido establecer la viabilidad técnica y comercial del producto o servicio en cuestión.
- Intangibles adquiridos en una combinación de negocios. Los activos intangibles, incluidas las actividades de I+D en curso, adquiridos en una combinación de negocios deben reconocerse por separado del fondo de comercio si surgen como resultado de derechos contractuales o legales o pueden separarse del negocio.
- Prohibición de reconocer algunos intangibles generados internamente. Los fondos de comercio, las marcas comerciales, las cabeceras de periódicos o revistas, los

sellos o denominaciones editoriales, las listas de clientes, los gastos de puesta en marcha, los costes de formación, los costes de publicidad y los costes de reubicación, generados internamente, no deben registrarse como activos.

-Intangibles no reconocidos como activos. Si un elemento intangible no cumple con la definición y los criterios de reconocimiento aplicables a activos inmateriales, los gastos relacionados con dicho elemento deben llevarse a la cuenta de resultados en el momento en que se incurren, salvo cuando el coste incurrido forme parte de una combinación de negocios tratada como adquisición, en cuyo caso debería pasar a formar parte del importe asignado al fondo de comercio en la fecha de adquisición.

Se tiene entonces que la NIC 38 presenta ciertas características para considerar un activo o suceso como intangible, y poder proceder a su reconocimiento, esto hace que se vuelva necesario tener claramente definidos los conceptos que la ley estipula y adoptarlos en el entorno organizacional. Además hace primordial anotar que para la valoración es preciso siempre reconocer el costo inicial de los intangibles e identificar cómo y cuándo generan beneficios económicos futuros para el ente.

### *6.3. Comparativo del tratamiento contable en Colombia, Canadá, Chile, México, Estados Unidos, España y Reino Unido*

Dada la importancia que tienen los activos intangibles en la generación de flujos de efectivo en las empresas actualmente, “la presentación y revelación de información de este rubro constituye todo un desafío para los sistemas contables y para la profesión en general” (Soto, Montes y Montilla, 2006, Pág. 91). El siguiente cuadro comparativo resume las posiciones de algunos entes emisores de normas contables en el mundo con respecto a los activos intangibles:

Tabla N°05. Comparativo del tratamiento contable en Colombia, Canadá, Chile, México, Estados Unidos, España y el Reino Unido

COMPARATIVO DEL TRATAMIENTO CONTABLE INTERNACIONAL						
País	Ente Regulador	Valuación	Amortización	Revelación	Fondo de Comercio	Otras observaciones
<b>Colombia</b>	Se fundamenta mediante el Decreto 2649 de 1993 y la complementa el decreto 2650 del mismo año.	El valor histórico corresponde al monto de las erogaciones en que se incurra para adquirirlos, formarlos o usarlos.	Se deben amortizar de manera sistemática durante su vida útil, determinando como vida útil el menos lapso entre el lapso de explotación y la duración de su amparo legal.	Los costos o los ingresos de los activos deben ser expresados en el estado de resultados mediante la norma de asociación.	Se denomina crédito mercantil, y representa un pago por anticipado de beneficios futuros de activos que no pueden identificarse y reconocerse por separado.	Para que un hecho económico realizado pueda reconocerse se requiere que pueda ser medido, y sea pertinente representarse de manera confiable.
<b>Canadá</b>	Canadian Institute of Chartered Accountants (CICA)	Un intangible que se adquiera individualmente o en grupo, debe reconocerse y valuarse inicialmente al costo.	Se amortiza durante su vida útil. Si ésta es indefinida, no se amortizará. La amortización debe reflejar la medida en que se reciben beneficios, pero también según se agote el activo	Se debe revelar: 1) Descripción del activo deteriorado y razones. 2) Importe de la pérdida por deterioro. 3) Partida del Estado de Resultados donde se incluye. 4) Segmento del intangible	N/A	Cuando el valor neto en libro sujeto a amortización exceda la cantidad neta recuperable, el exceso debe cargarse a los resultados. No se permite la reversión por pérdida de deterioro
<b>Estados Unidos</b>	Financial Accounting Standards Board (FASB)	Los activos intangibles debes ser registrados a su valor razonable	Se amortiza durante la vida útil, y si ésta no se determina no se amortiza.	La revelación de información sobre el deterioro del valor es igual en Canadá y USA	N/A	La comparación se hace entre el valor en libros y el valor razonable del activo. Está prohibida cualquier reversión de pérdida por deterioro del valor del activo.
<b>Chile</b>	Colegio de Contadores de Chile	La valuación se hace registrándolos al costo monetario corregido	La amortización corresponde a la vida útil, que no supere los 20 años, sólo en algunos casos hasta 40 años.	Se deben revisar periódicamente para determinar el deterioro de valor	N/A	La pérdida de valor se carga al Estado de Resultados como un gasto. Pero no establece que ésta deba ser revelada en los Estados Financieros.
<b>México</b>	Instituto Mexicano de Contadores Públicos (IMCP)	Deben registrarse inicialmente al costo.	Vida útil máxima 20 años. Se amortiza durante la vida útil, y si ésta no se determina no se amortiza, pero se somete a pruebas de deterioro de valor.	Su costo debe re expresarse de acuerdo a la variación del IPC.	N/A	N/A

<b>España</b>	Plan General de Contabilidad, Real Decreto 1643/1990	La valoración inicial es el importe que resulte de la transacción efectuada para su adquisición.	Para el fondo de comercio comprado sugieren la amortización sistemática, con mucha cautela de no ir a incorporar el fondo de comercio internamente generado	N/A	Bienes inmateriales como clientela, nombre o razón social y otros de naturaleza análoga que impliquen valor para la empresa. No se consiente su generación interna	Denominados inmovilizados inmateriales
<b>Reino Unido</b>	Accounting Standard Board ASB	Los activos intangibles generados internamente podrán reconocerse sólo si tiene un valor de mercado claramente asignable.	Deben amortizarse durante toda su vida económica útil, se supone que no exceden de 20 años.	N/A	Son todos los activos intangibles que no pueden ser separados entre sí. Su conjunto se denomina Fondo de Comercio	Los gastos de Investigación, desarrollo y explotación no están definidos en los criterios de reconocimiento de activos intangibles.
<b>Internacional</b>	International Accounting Standards Board (IASB)	Se reconoce inicialmente por el costo de adquisición (Precio de Adquisición y partidas adicionales necesarias para dejar el activo en condiciones de uso). El que resulte de una combinación de negocios debe ser medido por el valor razonable.	La vida útil y susceptible de amortización del activo deberá ser finita, y determinada por referencia al tiempo o unidades de producción. Los activos con vida útil indefinida no se amortizarán.	La contabilización del activo será por su calor razonable menos la amortización acumulada y el importe acumulado de pérdidas por deterioro.	Lo denomina plusvalía. La plusvalía comprada son los beneficios económicos futuros procedentes de activos que no han podido ser identificados individualmente y reconocidos por separado. La plusvalía generada no será reconocida como un activo.	Los desembolsos por investigación se reconocerán como gastos del periodo en que se incurran.
<b>Estándares internacionales de contabilidad para pequeñas y medianas empresas</b>	Intergovernmental working Group of Experts on International Standards of Accounting and Reporting (ISAR)	Se mide inicialmente por su costo. Las erogaciones que resulten después de su adquisición deben reconocerse como gasto, a menos que se demuestre que con ellas realmente se obtienen beneficios futuros	Debe distribuirse el valor amortizable de un activo inmaterial a lo largo de la estimación de su vida útil. La amortización debe comenzar cuanto el activo esté disponible para su utilización	En los estados financieros debe revelarse toda información relacionada con la vida útil, métodos de amortización, pérdidas por periodo, amortizaciones, adiciones a los activos y reversiones de valores registradas.	N/A	N/A
<b>Estándares internacionales de contabilidad para el sector público</b>	International Federation of Accountants (IFAC)	N/A	N/A	N/A	N/A	No se pronuncia acerca del tratamiento a los activos intangibles, argumenta que en muchas ocasiones, este reconocimiento se hace sólo con fines de lucro. Otras veces señala que son transacciones momentáneas, que deben ser abordadas en el corto plazo

Elaboración Propia.

Recopilación de Mejía, E. Montes, C. y Montilla, O. Comparación del tratamiento contable de activos intangibles según diferentes organismos reguladores: Los casos de Colombia, Canadá, Chile, México, Estados Unidos, España y el Reino Unido

Pizarro (2006) señala que la carencia de presencia física, la subjetividad, la incertidumbre y los problemas de valoración, sumado a los requisitos que imponen las normas contables, para reconocer los activos intangibles en los estados financieros, son la razón principal para la carencia informativa sobre intangibles; y es lo que ha promovido la comparación entre normatividades de diferentes países en la búsqueda de un ambiente que se adapte a los nuevos tiempos, “donde los intangibles son un factor esencial y la armonización es un requisito para competir en un mundo globalizado” (Pizarro, 2006, Pág. 24).

## **7. Aproximación al proceso de medición y valoración de Activos Intangibles**

Blanco (2001) menciona algunos métodos prácticos para determinar el valor de adquisición o desarrollo de activos de naturaleza intangible. Propone entre otros, el costo de oportunidad de tener o no tener un recurso informativo o conocimiento en cuestión. Afirma que el costo de oportunidad de estos recursos pudiera ser tan alto que la ausencia de ellos pudiera representar el final de las actividades de una organización, por ejemplo, en el caso que un banco perdiera la base de datos de sus clientes. Propone además para la determinación del valor del conocimiento y la información, el método de los expertos, es decir, peritos en la actividad a la cual se refieran esos recursos que sean capaces de proponer el valor de éstos.

A su vez, Rodríguez (2004), sugiere dos caminos a seguir en cuanto al reconocimiento de los activos intangibles: ampliar la inclusión de estos recursos dentro de los estados financieros, o, diseñar nuevos tipos de informes, que no necesariamente resulten en mediciones tradicionales (monetarias y dentro de la igualdad contable fundamental).

Los activos intangibles deben incluirse dentro de los informes contables de las empresas, ya que forman parte importante de la valoración de las mismas y de la determinación de su valor real en las negociaciones, incluso en la determinación de los precios de venta de los productos o servicios que ofrece, los cuales deben reflejar no sólo los costos directos e indirectos de fabricación, sino también el valor diferenciador que genera para las empresas los activos intangibles, como es el caso del buen nombre y el capital intelectual. Claro que esta premisa sería objeto de una nueva discusión.

La valoración de los activos intangibles exige el desarrollo de una estrategia de gestión del conocimiento adecuada, que permita reflejar la realidad económica de la empresa a través de los estados financieros y otros informes de situación. De otra forma, el valor contable de las empresas estaría en diferencia con el valor de mercado de las mismas, afectando la fijación de precios de venta y las negociaciones.

En efecto, sin la contemplación a 360° de la realidad empresarial, se produce una contabilidad poco fiel, cuya estructura tradicional impide valorar los recursos intangibles de las empresas y así determinar su valor exacto y perspectivas de crecimiento. El sistema contable que emplean actualmente las organizaciones es ideal para las industrias intensivas en bienes de capital, pero deja rezagadas a aquellas empresas que han surgido en la economía del conocimiento y que requieren de una nueva estructura contable que permita valorar y registrar en forma real sus operaciones.

Sveiby (1996 citado en Ordóñez 1999), señala que el valor de la empresa está formado por el patrimonio tangible más tres tipos de activos intangibles: la estructura interna, la estructura externa y las capacidades. Completa diciendo que la estructura interna está formada por patentes, conceptos, modelo y sistemas informáticos y administrativos, que junto con las personas, constituyen lo que generalmente se denomina información. Mientras que la estructura externa está constituida por las relaciones con clientes y proveedores, marcas, reputación e imagen. Algunos de estos elementos se pueden considerar propiedad legal, pero este vínculo no es tan fuerte como en el caso de activos internos, pues las inversiones en ellos no se pueden realizar con el mismo grado de confianza. Para terminar, define la capacidad individual como la habilidad de las personas para actuar en situaciones diversas, e incluye adecuación, experiencia, valores y habilidades sociales.

Las empresas en general, y en especial las de servicios, al hacer pública la información sobre sus activos intangibles, pueden reducir el riesgo que supone invertir en ellas, y además disminuir la tasa de rendimiento exigido por el grupo de individuos que tienen interés en la empresa (Ordóñez, 1999, pág. 4).

No obstante, muchas empresas en países como Suecia, donde existen esfuerzos de prácticas y de investigación para gestionar las organizaciones del conocimiento y medir el conocimiento, prefieren no suministrar información sobre los activos intangibles porque según Sveiby (1996 citado en Ordóñez):

1. Creen que estos informes son inútiles pues los únicos que dan respuesta a sus informes financieros son los analistas, que ni saben interpretar datos sobre capital intelectual ni tampoco tienen tiempo de aprender a hacerlo. Además, los directivos no son conscientes del valor interno de este tipo de informes,
2. La existencia de un cierto miedo a que los indicadores revelen demasiada información sobre sus estructuras internas, clientes, competidores, etc.,
3. La inexistencia de algún modelo teórico riguroso sobre la realización de este tipo de informes.
4. La falta de experiencia práctica imposibilita tener datos para comparar, y
5. La ausencia de robusta evidencia empírica dificulta saber si las medidas con útiles y si de verdad miden aquello para lo que fueron diseñadas.

Es por esto que, la valoración de los activos intangibles debe tomar importancia y convertirse en un tema de interés en las empresas, en el cual los contables trabajen en pro del desarrollo de una estructura teórica sólida de los mismos. Pizarro (2006) apoya la idea de que la contabilidad debe traspasar del reflejo de las operaciones comunes y del cumplimiento de las obligaciones legales, al reflejo de los diferentes fenómenos económicos que se presentan en una compañía, para reflejar cuantitativa y cualitativamente el valor real de las empresas, su capacidad para generar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo y flujos económicos futuros, como consecuencia de la combinación de activos humanos y estructuras organizativas.

### *7.1. ¿Para qué reconocer los activos intangibles?*

Existe la afirmación de que los activos intangibles poseen un valor intrínseco, cuya incorporación dentro de los estados financieros de la empresa podría modificar contablemente su valor en libros. No obstante, aunque no existe una forma de reconocer o registrar contablemente estos activos, el mercado termina identificándolos.

En este sentido, la práctica contable debe reconocer la importancia de los activos intangibles y encontrar métodos eficientes y eficaces de controlarlos y valorarlos. Lo anterior, en cumplimiento de su objetivo principal de proveer a los usuarios de los estados financieros información útil, clara y precisa para la toma de decisiones.

De esta forma, es importante reconocer los activos intangibles, como uno de los principales generadores de ingresos de las compañías. El mercado cambiante exige que la contabilidad esté en condiciones de reflejar las diferentes inversiones que realice la compañía en este tipo de recursos, de tal forma que sea una herramienta útil para la toma de decisiones, de la cual se desplieguen una base de estrategias de mercado que pongan a las organizaciones en ventaja de otras.

Es necesario que la contabilidad refleje fielmente las operaciones de las compañías, al ser el medio más importante para dar conocer la realidad económica de las organizaciones, lo cual es fundamental para los diferentes agentes que participan en el mercado bursátil, quienes utilizan la información contable como la principal herramienta para tomar decisiones, pero que, la insuficiencia de información en cuanto al reflejo y reconocimiento de los activos intangibles, puede conducirlos a la consulta de información extra contable.

Según Sierra y Moreno C. (2000), en general, las Cuentas Anuales no proporcionan suficiente y clara información a los usuarios externos sobre una de las principales fuentes de generación de beneficios futuros, los intangibles.

En este orden de ideas, la no incorporación al activo de esta fuente de beneficios, trae como consecuencia una infravaloración de los recursos propios. Así, numerosos estudios llevados a cabo en los últimos años, justifican el descenso de la capacidad explicativa de los estados contables tradicionales por la no inclusión en los mismos de los activos intangibles. (Lev, 1996; Johanson, 1996; Leadbeater, 1998; Milken, 1999) citados por Rodríguez (2002, p.19).

Aunque se pone en manifiesto la importancia y utilidad del reconocimiento de los activos intangibles, es necesario mencionar, que su incorporación dentro de los estados financieros, debe realizarse únicamente cuando existen métodos de valoración claros y universales, que permita realizar comparaciones entre las diferentes empresas del mundo y que impida un margen de maniobra de las empresas en búsqueda de su beneficio y en retroceso de la economía en general.

Así, Galindo (2007), señala que:

La contabilización de los activos intangibles deriva de la conveniencia de dotar más amortizaciones para reducir resultados contables. Lógicamente, el control de un excesivo beneficio contabilizado es deseable para justificar una cuota fiscal lo más reducida posible y también un incremento del “free cash flow” en poder de los gerentes (...) Ahora bien, amortizar en función de una determinada vida útil, un activo calculado por estimación de los beneficios futuros equivale a llevar a gastos un desembolso que nos se ha producido y que, por lo tanto, no procede recuperar.

Siendo así, el tema del reconocimiento de los activos intangibles ha generado a lo largo de su investigación, dos perspectivas que dejan en disyuntiva la inclusión de estos recursos dentro de los Estados Financieros. Desde este punto, existen quienes consideran que el reconocimiento de los activos intangibles, es necesario para las empresas y el entorno competitivo en el cual se desenvuelven, de tal forma que la contabilidad esté en condiciones de reflejar la realidad económica de las organizaciones y sea útil para la toma de decisiones. Por otra parte, existen quienes consideran que el reconocimiento de los activos intangibles no es benéfico para la economía en general, pues su inclusión dentro de los Estados Financieros puede generar especulación en el mercado bursátil y de alguna forma, ficción contable.

Galindo (2007) muestra que el principal motivo por el que no se han contabilizado tradicionalmente los activos intangibles, es por la falta de información o el coste de su obtención, cuya medición e identificación exacta se encuentran inmersas en una gran dosis de incertidumbre. Igualmente, menciona que la relación entre las cotizaciones y los valores de mercado de los activos, son el indicio de que existen los intangibles, pero cuando se trata de medirlos ocurre lo mismo que con el “éter aluminífero”. Su importe no aparece asociado a ningún activo en concreto, por lo que no es posible materializarlo.

Desde una perspectiva más amplia, el reconocimiento de los activos intangibles es un evento que trae consigo ventajas y desventajas para las empresas y para la economía en general. A pesar de que su inclusión dentro de los estados financieros de las empresas permite conocer la realidad económica de las mismas y obtener información útil para la toma de decisiones, es necesario desarrollar metodologías de valoración que impidan la manipulación de la información por parte de los directivos de las empresas para obtener posiciones ventajosas con respecto a la competencia.

Lo anterior, puede originar una ficción contable dentro de las organizaciones, y en vez de solucionar el problema de falta de información sobre los recursos intangibles que se desprende de la contabilidad tradicional, se estaría generando una nueva problemática, como es la especulación en el mercado, con empresas cotizando en la bolsa por valores muy superiores a su valor en libros.

Por otra parte, la problemática mencionada por Galindo (2007) sobre la amortización de los activos intangibles para la reducción de resultados contables, es otra situación que puede desprenderse del reconocimiento de los activos intangibles, pues los directivos intentarían reconocer recursos intangibles que ni siquiera existen en sus empresas, y que por sus características especiales pueden pasar por desapercibidos y dificultar el control por parte de las autoridades, para obtener beneficios fiscales como es el pago de impuestos más bajos.

### **8. El reconocimiento contable de activos intangibles**

El reconocimiento contable de los activos intangibles, deja una disyuntiva en cuanto a las diferencias entre el valor de mercado y el valor en libros de las empresas, que pone en cuestionamiento las formas de valoración que tienen los activos intangibles según la contabilidad y la capacidad de respuesta de ésta frente a las necesidades de los diferentes usuarios de la información contable.

Galindo (2007) menciona dentro de las posibles causas que originan la divergencia entre el valor teórico o contable de una empresa que cotiza en bolsa con su valor de mercado, primero, el hecho de que los activos pudiesen estar valorados a precios antiguos y no a su precio de mercado, segundo, la distorsión que a corto plazo genera la especulación en el funcionamiento del mercado, alejándolo de su hipotético equilibrio, y tercero, la existencia de elementos activos no contabilizados.

La información financiera brindada a los diferentes usuarios, principalmente a los externos, debe ser real y confiable, además de representar fielmente las operaciones y sucesos de acuerdo a la realidad económica de la organización, sin esperar un resultado predeterminado por los dueños.

Sin embargo, hoy se afirma con ahínco que la contabilidad presenta debilidades en algunos aspectos; como por ejemplo, el no incluir las relaciones ambientales del entorno donde se desenvuelve la empresa o el hecho de no presentar valores de mercado de las partidas que conforman el activo, pasivo y patrimonio. En este orden de ideas, el hecho más resaltante, sin duda alguna, lo constituye la ausencia en la información financiera de uno de los principales activos de una organización, los intangibles. (Rodríguez, 2002, p.20)

Dado que en el mundo actual, los activos más valiosos para las empresas, especialmente para aquellas intensivas en conocimientos, son los activos intangibles, se hace necesario que la contabilidad desarrolle nuevos lineamientos y normatividades que contemplen las formas de valoración y reconocimiento de estos recursos inmateriales. Lo anterior, debido a las limitaciones que imponen los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA) que impiden producir información financiera en cuanto a los recursos intangibles de naturaleza no identificable y desarrollados por la empresa.

La no existencia de lineamientos claros en cuanto a la valoración y reconocimiento de los activos intangibles, dejan, según Rodríguez (2002), la opción de ejercer el principio de la prudencia, de tal manera que las estimaciones se ajusten a la realidad económica de la organización. En este sentido, es peligroso dejar a la maniobra de las empresas el reconocimiento de sus activos intangibles, sin la existencia de unos métodos universales de valoración.

La NIC 38 exige que las empresas reconozcan en sus estados financieros el activo intangible al costo, si y solo si: a) es probable que los beneficios económicos futuros, que se han atribuido al mismo, lleguen a la empresa y b) el costo del activo pueda ser medido de forma confiable. Atendiendo a esto, uno de los principales inconvenientes presentados al momento de generar la información financiera sobre los intangibles, es el hecho que la contabilidad se basa en el principio del Costo Histórico, según el cual las transacciones y eventos económicos que ésta cuantifica deben ser registrados de acuerdo a las cantidades de efectivo que se afecten o su

equivalente o la estimación razonable que de ellos se haga al momento en que se consideren realizados contablemente. (Rodríguez, 2002, p. 14)

Las empresas intensivas en conocimiento, son las que presentan el mayor grado de diferencia entre el Valor en Libros y el Valor de Mercado, debido a que su estructura financiera no refleja el conocimiento como su principal activo intangible, por el contrario, el valor total de los activos se ve rezagado ante el aumento que representaría la inclusión de este valor. Por esto, aunque existe una conciencia de que el conocimiento aumenta el valor de mercado de la compañía, el valor en libros refleja una cifra diferente, al no incluir este recurso. De aquí, parte la necesidad de la homogenización de los sistemas contables y del desarrollo de una normatividad y métodos de valoración claros y uniformes, de lo contrario, el hecho de cada empresa reconozca los intangibles a su modo, es peligrosísimo para la economía.

Según Rodríguez (2002) en muchas empresas existe una gran disparidad entre su valor en libros y su valor de mercado o capitalización bursátil. Aunque esta diferencia siempre ha existido, en los últimos años la brecha se ha ampliado. En el mismo sentido, afirma Hernández (2000), citado por Rodríguez (2002), este es el caso de empresas que operan a través de Internet como Yahoo!, Amazon y Netscape, sólo para citar algunas de las más importantes; las cuales son valoradas en el mercado por sumas de hasta mil (1000) veces su valor en libros.

Si bien es cierto que no todas las empresas están en condiciones de reconocer los activos intangibles, el modelo de mercado y la estructura financiera de las mismas, hace que el reconocimiento de los activos intangibles sea más favorable para unas compañías que para otras.

Al respecto Galindo (2005) citado por Galindo (2007), señala que:

El reconocimiento de los activos intangibles supone a las PYME una imposición desfavorable. La contabilización de estos elementos debe ser impuesta a las grandes corporaciones transaccionales, por un doble motivo: a) la información contable sobre intangibles va a ser especialmente observada por los inversores bursátiles y b) la importancia relativa de los elementos intangibles en las PYME es irrelevante, en términos de capacidad productiva o tamaño de la empresa. (p.8)

Según Pucich y otros (2001), citado por Rodríguez (2002), la actitud conservadora de las empresas en cuanto al reconocimiento de los activos intangibles de naturaleza no identificable y autogenerados por la organización, tiene fundamento en, al menos, algunos de los planteamientos que se explican a continuación:

Muchas empresas pueden tener importantes recursos intangibles, pero si en un plazo razonable no se traducen en ingresos y beneficios, estos activos carecen de toda utilidad para la empresa. Por otra parte, ciertos recursos intangibles pueden ser efímeros e inciertos: por ejemplo, la buena imagen y sensación de seguridad que transmite una compañía aérea puede desaparecer con un accidente. Cuando se invierte en un activo tangible, podría obtenerse alguna clase de ganancia, incluso durante una recesión; mientras que cuando una empresa invierte en un activo de conocimiento, podría perfectamente perder lo invertido.

Los derechos de propiedad de estos recursos son dudosos. El surgimiento de miles de causas judiciales por violación de patentes, demuestra la dificultad de definir y mantener los derechos de propiedad cuando se trata de conocimiento. Por otra parte la actitud de los inversionistas institucionales y los analistas financieros que consideran actualmente este tipo de información como privada y confidencial, por lo que podrían verse afectados en sus intereses si ese tipo de información saliera a la luz pública, esto bajo la premisa de que "información es poder. Pucich y otros (2001), citado por Rodríguez (2002, p.15)

Los motivos principales por los que es difícil cuantificar los intangibles son, según Salas (1996) citado por Galindo (2006), la incertidumbre sobre sus rendimientos y su explotación. Lo anterior, indica que el reconocimiento de los activos intangibles es un asunto delicado, que deja la tarea de desarrollar nuevas formas de incorporar en la información financiera de las empresas, el valor de los activos intangibles que no son reconocidos contablemente, no solo en beneficio de las organizaciones, sino de la economía en general.

Siendo así, el modelo contable tradicional no es suficiente para reflejar el verdadero valor económico de las compañías. Su objetivo general de proporcionar información útil a los usuarios para tomar decisiones económicas, está siendo relegado por las nuevas necesidades de información de las empresas. La cuestión no es entonces olvidar las prácticas tradicionales de contabilidad, que han sido de alguna forma, útiles para las organizaciones, se trata según Cañibano (1999) de abrir nuevas vías de información para los reportes financieros, planteándose inclusive la modificación de su propio marco conceptual.

### **9. Efectos del No reconocimiento de los Activos Intangibles**

De las entrevistas realizadas a los gerentes, contadores y directivos de algunas de las grandes empresas de Antioquia, se consiguió información que fue contrastada con las hipótesis. Haciendo un análisis general de dicha información, se obtuvieron las siguientes consideraciones sobre el reconocimiento de los activos intangibles:

El 50% de los entrevistados, no han percibido de la necesidad e importancia del reconocimiento contable de los activos intangibles que poseen y que el sistema contable tradicional les impide reconocer dentro de sus Estados Financieros. No obstante, el 100% de las empresas se percatan de que poseen activos intangibles valiosísimos para ellas, y que son fuente de beneficios económicos, como es el caso de los sistemas de información y comunicación y el software desarrollados internamente, los conocimientos poseídos por el personal clave de la empresa, la marca, las bases de datos, entre otros.

Esta tendencia de que se poseen activos intangibles que no son reflejados por la información financiera de la empresa, crea en sus directivos la noción de que el valor de mercado de las organizaciones es superior al valor en libros. Sin embargo, no se ha generado una conciencia plena sobre la necesidad de su reconocimiento, pese a las condiciones del mercado en el cual se desenvuelven y a la normatividad contable que los rige.

Con respecto a la importancia del reconocimiento de los activos intangibles, algunos de los empleados de las empresas visitadas consideran de gran utilidad conocer la información sobre el valor de dichos activos, para encaminar la toma de decisiones hacia la generación de estrategias de mercado que pongan a la empresa en ventaja con respecto a la competencia. En este sentido, sólo una empresa considera que el reconocimiento de los activos intangibles no genera beneficios para la empresa, ni para el mercado.

Los activos intangibles reconocidos contablemente por las empresas, son aquellos que cumplen con la características mencionadas por el decreto 2649 de 1993, es el caso de las Licencias de software, las servidumbres (derechos de uso de utilizar un bien público), la marca, el Crédito mercantil, las franquicias y concesiones.

Un análisis sobre la información obtenida en las entrevistas, permite establecer como efectos del no reconocimiento de los activos intangibles no contemplados en la normatividad contable, los siguientes:

- Volatilidad: La inexistencia de métodos de valoración de activos intangibles homogéneos y regulados que permitan medir y registrar contablemente los recursos intangibles en forma estándar, está generando una variabilidad en las cotizaciones del valor de mercado de las empresas intensivas en intangibles.

- **Especulación:** Los vacíos en la regulación sobre la revelación de información de algunos activos intangibles, puede generar manipulación de la información relevada por las empresas en el mercado. Es decir, que las empresas que están actualmente en búsqueda de posiciones ventajosas en el mercado bursátil, pueden reconocer recursos intangibles de los que no se tenga certeza de su origen o de la generación de beneficios económicos futuros. Esta situación puede traducirse en fluctuaciones en los valores de mercado de dichas organizaciones.

Es por esto que los activos intangibles, según algunas de las empresas entrevistadas, deben reconocerse sólo a partir de la existencia de una regulación contable que establezca métodos de valoración que impidan una sobrevaloración de los recursos intangibles, que genere especulación en el mercado.

- **Incertidumbre sobre los beneficios futuros que generan los activos intangibles reconocidos y no reconocidos contablemente:** Las debilidades en la medición y reconocimiento de activos intangibles puede impedir prever en forma razonable la verdadera posición financiera de la empresa. En este sentido, puede presentarse un desconocimiento sobre los beneficios económicos futuros de los activos intangibles, lo que impide su inclusión dentro de los Estados Financieros (como uno de los requisitos que debe cumplir este tipo de activos para su reconocimiento) y un valor razonable sobre el cual puedan partir las bases de negociación de una empresa.
- **Variación de los Costos de Capital:** Las empresas intensivas en activos intangibles, tienen dificultades para demostrar una estructura financiera fuerte ante posibles inversionistas y acreedores, debido a que la capacidad de respaldo de las deudas contraídas, es medida generalmente de acuerdo al volumen de activos tangibles. De esta forma, estas empresas deben pagar una mayor prima de riesgo.
- **Inexactitud de la información contable:** Los activos intangibles, son en cierta parte, causa de la disparidad existente entre el valor de mercado y el valor en libros. Este efecto, es uno de los más mencionados por las empresas entrevistadas, quienes afirman que el sistema tradicional contable, a pesar de que ha sido de gran utilidad, se está quedando rezagado ante el reflejo de la información de los activos intangibles, y por ende no hay información coherente al valor real de las organizaciones, la cual es la principal herramienta utilizada para la toma de decisiones.
- **Manipulación de la información de los intangibles para obtener beneficios fiscales:** El reconocimiento de lo activos intangibles, genera un gasto por amortización de los mismos, los cuales inciden en los resultados de las empresas, y disminuyen el valor de los impuestos a pagar. Esta situación, conlleva a la generación que las empresas reconozcan activos intangibles de los cuales no se tenga certeza de su origen, y que por sus características especiales, pueden ser de difícil control para las entidades reguladoras.

De las reuniones que se tuvieron con especialistas del área contable y financiera de las empresas antioqueñas visitadas, en ninguna el empleado pudo demostrar que en su compañía conocen el costo del procesamiento de la información y el conocimiento, ni que tienen procedimientos contables orientados a ello. En otras palabras, no se ha generado la necesidad latente de conocer el valor y el costo de la información que se procesa en la entidad donde trabajan. Lo que más han llegado a admitir es que esa información tiene un costo y que tiene un valor práctico en muchos casos, pero nunca se han detenido a pensar si vale la pena contabilizarlo o no.

Estas empresas tienen entre sus características comunes el alto valor tecnológico y los sistemas de información que hacen más efectivos los diferentes procesos organizacionales. Y consideran estos factores como elementos diferenciadores a la competencia, cuyo reconocimiento como intangibles

dentro de sus Estados Financieros puede generar un mayor valor a la empresa y hacerla más atractiva ante inversionista. No obstante, los profesionales contables entrevistados, mencionan que es importante analizar hasta qué punto es conveniente dar a conocer este tipo de información al mercado, que por efectos de competencia, podrían verse afectados los intereses corporativos.

En general, los directivos entrevistados comentan que en el mercado actual pueden notarse nuevas necesidades de información ligadas a la valoración de activos intangibles, como es el conocimiento de los empleados, la relación con la clientela y los sistemas de información y comunicación. La inversión en este tipo de activos tiene como objetivo favorecer la posición competitiva de la empresa a través de ventajas estratégicas, de aquí la importancia de su reconocimiento, ya que inversionistas y analistas externos prestan gran atención a los recursos intangibles.

Como afirma uno de los entrevistados “*es importante el reconocimiento de los activos intangibles, siempre y cuando cumpla con la definición de activo y su asociación con beneficios económicos futuros*”. En este sentido, es claro que aunque la información contable obtenida con el sistema tradicional es la principal base para la toma de decisiones, puede en alguna medida resultar insuficiente, por lo que debe recurrirse a información extracontable y al diseño de sistemas que identifiquen y midan atributos de una organización que no aparecen en los estados contables tradicionales.

El sistema contable colombiano también es cuestionado por las compañías entrevistadas en cuanto a las posibilidades que ofrece para reconocer los activos intangibles, además hicieron mención sobre lo beneficioso que puede ser para las compañías y para el mercado en general, la apertura de nuevas vías de información en cuanto a los reportes financieros, que permita tomar decisiones sobre información completa, clara y coherente.

Los activos intangibles no son reconocidos frecuentemente, dado que la normatividad no presenta los parámetros suficientes para su ello, sumado a que las empresas no los identifican tan fácilmente. Sólo aquellas empresas que tienen conocimiento de otras normatividades contables internacionales, los identifican y tratan de hacerles un reconocimiento adaptando métodos de reconocido valor técnico, creándose así dos tipos de informaciones, uno el regido a la normatividad colombiana, que sólo contempla los parámetros establecidos en el Decreto 2649 de 1993 y sus legislaciones soportes, y otro, una segunda información de carácter administrativo, donde su principal función es servir de apoyo a la toma de decisiones gerenciales, información cualitativa y cuantitativa que además de dar cuenta de la situación financiera, comunican situaciones específicas y estudios de casos del período.

Lo anterior, puede ser útil si los activos contemplados como intangibles, pueden ser identificados a su costo real, para evitar la infra o sobre valoración y si se tiene certeza sobre su traducción en beneficios económicos futuros. De otra forma, su reconocimiento puede ser muy peligroso para la economía, y prestarse para la manipulación de quienes quieran ganar participación en el mercado suministrando información ficticia.

Por otra parte, aunque muchas empresas posean recursos intangibles importantes, éstos pueden en algunos casos, ser efímeros e inciertos, como es la buena imagen. Pueden traducirse además, en beneficios económicos en un lapso de tiempo no razonable. Por esto, mencionan en su mayoría, que la inmaterialidad de los activos intangibles y la dificultad de su vinculación con los ingresos que generan, son factores que deben tenerse en cuenta al pensar en su posible valoración e inclusión dentro de los estados financieros de las empresas. Por ello, deben reconocerse únicamente cuando se tenga certeza de su identificación, control y generación de beneficios futuros.

Los entrevistados, consideran en su mayoría, que sacando los factores especulativos, la diferencia existente entre los valores en libros de las empresas y los valores de mercado, pueden atribuirse a los activos intangibles, y aunque esta diferencia siempre ha existido, en los últimos años la brecha se ha ampliado. Es por esto que la práctica contable debe reconocer la importancia de los activos intangibles y encontrar métodos eficientes y eficaces de controlarlos y evaluarlos. No obstante,

existen quienes consideran que esta situación es perjudicial para la economía en general, por cuestiones como la especulación, la manipulación del costo de tales activos y la inclusión dentro de los estados financieros de activos intangibles ficticios. Igualmente puede generar una sobrevaloración de las organizaciones, lo que sería un caos en el mercado bursátil.

Las experiencias compartidas con los directivos de grandes empresas del departamento, deja como conclusión, que la no incorporación de los activos intangibles, puede traer como consecuencia una infravaloración de los recursos propios. Afirman que la normatividad contable colombiana no abarca lo que conlleva la valoración de los intangibles, ya que no se han establecido instrucciones para valorarlos, pero cabe resaltar que en todas las empresas al menos hay un activo intangible reconocido en su contabilidad, como la marca, por mencionar alguno.

Según los resultados, las compañías no han percibido en el mercado colombiano una necesidad latente de reconocer estos recursos intangibles, lo cual sólo debe hacerse cuando existan métodos de valoración de general aplicación que permitan determinar el costo de dichos activos sobre bases confiables.

## 10. Conclusiones

Los Activos Intangibles siempre han estado sumergidos en las organizaciones pero el tema de su valuación dentro de la empresa es relativamente nuevo. Este viene ligado a la economía del conocimiento que exige que las empresas sean cada día mejor y creen estrategias para un mayor posicionamiento en el mercado.

La implementación de su reconocimiento es importante en las empresas, ya que se reflejan fielmente todos los hechos económicos que se dan al interior, y que a su vez generan valor y traen beneficios económicos a futuro.

No obstante, en la mayoría de las empresas entrevistadas el reconocimiento de los activos intangibles no toma mucho protagonismo porque consideran que el manejo normativo contable aún presenta vacíos en cuanto a su medición y reconocimiento. El principal argumento que se tiene para no reconocerlos es la inexactitud de las herramientas que se tienen en el momento para medirlos y la no contemplación de muchos de ellos en la regulación contable del país.

La perspectiva que se tiene en Antioquia del reconocimiento de los activos intangibles está enfocada en que hasta el momento, no se requiere de información cuantitativa y cualitativa de los activos intangibles, y por ahora, en donde se reconocen, se manejan enfocados hacia la generación de información interna y externa que permite, en un primer plano, tomar mejores decisiones, mostrar información sobre la situación empresarial a interesados del exterior y en tercer lugar, aportar a la generación de valor de la empresa.

En este sentido, se contemplan como efectos del no reconocimiento de los activos intangibles la asimetría en la información a los diferentes interesados (internos y externos), la volatilidad del valor de mercado de las empresas, y dado una inadecuada gestión de los intangibles, pérdida de competitividad en los mercados regidos por la economía del conocimiento.

Del estudio realizado sobre el reconocimiento de activos intangibles, se podrían dejar suspendidos cuestionamientos como los siguientes:

- ¿Incide de la misma forma el reconocimiento de los activos intangibles en una empresa del sector público y en una empresa del sector privado?
- ¿Para qué tipo de empresas trae beneficios el reconocimiento de los activos intangibles y a qué tipo de empresas no les favorece?
- ¿Hay precariedad en el cuerpo normativo de los intangibles a nivel público y privado?

- Partiendo del hecho que sean reconocidos los activos intangibles ¿Se debe incluir en el Precio de Venta al público de los productos y servicios proporcionalmente ese valor agregado que aportan los intangibles?
- Se hace imperativo entonces que la comunidad contable cree mecanismos de valoración y medición, que permitan reconocer fidedignamente todos los hechos que generen valor dentro de la organización; y que a su vez aporten a la eficiente toma de decisiones en todos los ambientes laborales y que constantemente tienen que ver con la realidad de los datos explícitos e implícitos en los informes presentados a los diferentes usuarios de la información.

## Bibliografía

- Arango, M.; Pérez G. y Gil H. (2008). Propuestas de modelos de gestión de capital intelectual: Un revisión. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 52. 107-130.
- Blanco, L. (2001). Reflexiones sobre el valor y el costo de los recursos informativos. *Información, Conocimiento y economía*. Págs. 1-16
- Cañibano, L.; García Ayuso, M. y Sánchez, P. (1999): La Relevancia de los Intangibles para la Valoración y la Gestión de las Empresas: Revisión de la Literatura. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, Nº 100, pp. 17-88.
- Cañibano, L; García- Ayuso, M. (2000). “Un nuevo modelo para la medición de Capital Intelectual en la empresa”, VI Jornada de trabajo sobre análisis contable, ASEPUC, Octubre, Almería.
- Castells, M. (2000). La Ciudad de la Nueva Economía". *Revista Electrónica La Factoría*, Nº 12, Junio-Septiembre.
- Cómo registrar Inventos - Patentes y Modelos de Utilidad. (2008). Artículo electrónico en Kapler. Extraído el 23 de Noviembre. [http://www.kapler.com/patent\\_info.htm](http://www.kapler.com/patent_info.htm)
- Concepto 01096187 del 28 de Enero de 2002. Extraído el 23 de Noviembre de 2008. <http://www.sic.gov.co/Conceptos/Conceptos/2002/Enero/01096187.php>
- Decreto 2649 de 1993
- Fermín, D. y Castillo, F. (2008). Seminario de Aspectos Legales. Extraído el 10 de noviembre. <http://davianafmseminarioaspectoslegales.blogspot.com/>
- Galindo, L. (2007): “El intangible como problema conceptual y la ficción del valor razonable. *Revista Contribuciones a la Economía*. Universidad de Cádiz. España.
- Lev, B. (2001). *Intangibles: Medición, gestión e información*, Barcelona: Deusto. Traducción de Manuel García Ayuso Covarsí (2003).
- Licencia. Plataforma de Teleformación del CESLCAM (2008). Extraído el 24 de Noviembre.
- Mantilla, S. (2004). *Capital Intelectual & Contabilidad del Conocimiento*. Ediciones ECOE. Tercera Edición. Bogotá.

Meigs, W. B.; Johnson, C. B. Y Meigs, R. (1985): "Contabilidad. La Base Para las Decisiones Gerenciales". (4ta. Edición). Editorial McGraw-Hill. México.

Meyer, H. y Stone, K. (1992). Marketing Ventas al por menor. Bogotá. Editorial Mc Graw Hill.

Navas, J. E. y Guerras, L. A. (1998): "La Dirección Estratégica de la Empresa". *Civitas*. Madrid.

Norma Internacional de Contabilidad N° 38

Ordóñez, P (1999). La dinámica del capital intelectual como fuente de valor organizativo. Documento de trabajo, Departamento de Administración de Empresas y Contabilidad, Univovi.

Pizarro, V. (2006). Intangibles en Chile: Estudio de la opinión de expertos contables nacionales sobre el tratamiento normativo de los intangibles en Chile. *Capiv Review*, Vol. 4, 2006. Extraído el 20 de Enero de 2009. <http://www.capic.cl/capic/media/ART2Pizarro.pdf>.

Plata, L (2005). Valoración de Activos Intangibles, La nueva riqueza de las empresas. *Revista de Derecho*. N° 24, Barranquilla.

*Revista Scientia Et Technica*, Universidad Tecnológica de Pereira. Año 10, N° 25 Agosto de 2004. Pág. 215-219

*Revista/Periódico Harvard Deusto Business Review*. Barcelona, No. 122, Mar. 2004

Rivas, N.; Paillacar C. (2004). Aplicación de los conceptos de imagen fiel y Legítima razón de negocio frente a decisiones estratégicas. *Veritas- Colegio de Contadores Públicos de México*.

Rodríguez, F. (2002): " Medición y valoración de activos intangibles en los estados financieros. Caso: empresas de la industria biotecnía". Universidad de Zaragoza, España.

Rodríguez, M. (2004). Recursos intangibles e insuficiencia de la perspectiva financiera tradicional. *Revista Internacional Legis de Contabilidad y Auditoría*. N° 18. Abril-Junio.

Rodríguez, R. (2006). "Activos intangibles y Cargos Diferidos". Universidad de Oriente. Venezuela.

Sánchez, J. (2004). La Gestión de los Intangibles cada vez más importante para los directivos. Consultora Accenture. Extraído el 15 de enero de 2009. [http://www.acceso.com/display\\_release.html?id=16273](http://www.acceso.com/display_release.html?id=16273).

Serrano, C. y Chaparro, F (1999): Los activos intangibles de las empresas, más allá de las normas contables. *Harvard Deusto. Finanzas & Contabilidad*, Vol. 27, pp. 18-22.

Sierra, G. J. y Moreno Campos, I. (2000): "La Información Contable sobre el Capital Humano". *Revista Partida Doble*, núm. 116, páginas 60-71, Temas Contables y Empresariales, Noviembre. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Soto, E. Montes, C. y Montilla, O. (2006). Comparación del tratamiento contable de activos intangibles según diferentes organismos reguladores: Los casos de Colombia, Canadá, Chile, México, Estados Unidos, España y el Reino Unido. *Estudios Gerenciales*. Universidad ICESI.

Sotomayor, S. (2007). La relevancia valorativa de los intangibles y los valores tecnológicos europeos. Servicios de Publicaciones Universidad de Cádiz. España.

Sveiby, K. (2000) Capital intelectual: la nueva riqueza de las empresas: como medir y gestionar los activos intangibles para crear valor. Editorial Gestión 2000. España.

Valdés, L. (2002) La revolución empresarial del siglo XXI. Grupo Editorial Norma.

Vargas, P. (2000): "Características de los Activos Intangibles". Universidad de la Rioja. España.