

APLICACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS DEL CAPITAL INTELECTUAL EN EL ACTUAL PROCESO CONTABLE DEL PERÚ

*Dr. Ernesto Augusto Polar Falcón**

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas se ha producido un cambio muy importante en relación con los factores generadores de beneficios en las empresas. Durante muchos años la economía se basó en la producción; bajo este paradigma los activos físicos constituyeron la principal fuente generadora de recursos. Actualmente, en cambio, estamos inmersos en una economía basada en el conocimiento, y ante esta nueva perspectiva, los activos intangibles cobran una inusitada relevancia en el proceso de creación de valor de las empresas. Mayor aún es el auge de los activos intangibles si se tiene en cuenta la revolución que se ha producido en materia de comunicaciones, lo que ha permitido a las empresas acceder al extraordinario poder que representa tener a su alcance la información adecuada en el momento preciso. Esto ha creado un nuevo ámbito para el mundo de los negocios y, como gran novedad, han aparecido las llamadas «empresas virtuales», en las cuales el activo «no se ve», pero

las inversiones son grandes, y aun mayor es la posibilidad de generar recursos.

En el marco de esta nueva visión de la economía ha cobrado importancia una nueva expresión: «el capital intelectual» y pareciera que se trata de un nuevo elemento que se presenta como un desafío para la contabilidad tradicional. Ahora bien: ¿Se trata en realidad de un nuevo elemento que aparece en las empresas?, ¿por qué se afirma que es un desafío para la contabilidad tradicional?

I. CONCEPTO DE CAPITAL INTELECTUAL

Para responder a las interrogantes planteadas, es necesario, en primer lugar, intentar buscar una conceptualización de esta nueva expresión. Existe coincidencia en la doctrina en que el capital intelectual está compuesto por un conjunto de elementos de naturaleza inmaterial que son imprescindibles para el

* Docente Principal de la Facultad de Ciencias Contables y Director del Instituto de Investigación de Ciencias Financieras y Contables. Miembro del Comité Ejecutivo del Consejo Superior de Investigaciones-UNMSM, representante del Área Económico Empresarial

desenvolvimiento de la empresa en un contexto como el actual basado en una economía del conocimiento.

II. COMPONENTES DEL CAPITAL INTELECTUAL

Se establecen los siguientes componentes del capital intelectual:

A. Activos de mercado

Comprenden marcas, denominación social de la empresa, fidelidad de la clientela, reserva de pedidos, canales de distribución, licencias y franquicias. En definitiva, son elementos que proporcionan a la empresa una ventaja competitiva en el mercado.

B. Activos de propiedad intelectual

Incluyen elementos como conocer a la empresa, secretos de fabricación, derechos de autor, patentes, derechos de diseño y marcas de fábrica y servicios.

C. Activos de infraestructura

Comprenden elementos que definen la forma de trabajo en la organización: filosofía de gestión, cultura corporativa, procesos de gestión, tecnología de la información, sistemas de interconexión y relaciones financieras.

D. Activos centrados en el individuo

Incluyen elementos tales como nivel de estudios alcanzado, cualificaciones profesionales, conocimientos técnicos asociados con el trabajo, evaluación ocupacional, psicometría y competencias asociadas con el trabajo.

Estos elementos, a diferencia de los activos de mercado, de propiedad intelectual y de infraestructura, no pueden ser propiedad de la empresa.

El Estudio 7 del IFAC titulado «La medición y gerenciamiento del Capital Intelectual: una introducción», reconoce que los modelos desarrollados hasta el presente por la doctrina internacional coinciden en que el capital intelectual se puede conceptualizar como la suma de tres componentes que se interrelacionan para la formación de valor:

1. El capital humano: Formado por las habilidades, educación, calificación personal, conocimientos relativos al trabajo, tasa ocupacional, tasa psicométrica, capacidades relacionadas con el trabajo, empuje empresarial, habilidades de acción y reacción para las innovaciones, flexibilidad, etc.
2. El capital clientela: Formado por las marcas de fábrica, los clientes, la lealtad de los clientes, los nombres de la empresa, la acumulación de pedidos, los canales de distribución, las colaboraciones de negocios, los acuerdos de licencias, los contratos favorables, los acuerdos de franchising, etc.
3. El capital organizacional (estructural). Dividido a la vez en:
 - a. Propiedad intelectual: conformado por patentes, derechos de edición, derechos de diseño, fórmulas secretas, marcas comerciales y marcas de servicios.

- b.** Infraestructura de activos. Donde se considera la filosofía de gerenciamiento, la cultura corporativa, los proceso de gerenciamiento, los sistemas de información, los sistemas de redes de trabajo y las relaciones financieras.

Estos mismos elementos se refieren al capital humano como los recursos humanos y los temas que los afectan: relaciones entre la empresa y sus empleados, motivación en el trabajo, adhesión a la política y los objetivos globales de la compañía, formación, flexibilidad, en suma cuantos factores inciden en el funcionamiento eficaz de un equipo de personas. Con respecto al capital clientela, denominado capital relacional, expresa que es el que tiene que ver con la clientela, lealtad y satisfacción de los clientes, relaciones y acuerdos de distribución, franquicias, licencias, etc. Finalmente, el capital organizacional es definido como todo lo referente a los procesos y la tecnología, a cómo la organización convierte en rutina el conocimiento aportado por los empleados, a lo que queda dentro de la empresa cuando finaliza la jornada de trabajo y dichos empleados vuelven a sus casas y a la capacidad de la propia organización para innovar y aprender.

Hasta ahora se ha intentado establecer qué elementos integran esta expresión que parece haberse puesto tan de moda en los últimos tiempos: «capital intelectual». Sin duda se trata de activos intangibles imprescindibles para la creación de valor en las empresas y que le

otorgan a las mismas ventajas comparativas en relación con otras.

III. NORMATIVIDAD VIGENTE

Hoy, al haber cobrado los intangibles una mayor relevancia, se torna cada vez más imprescindible poseer información relativa a los mismos para la toma de decisiones.

En el marco de la normatividad vigente, tanto a nivel nacional como internacional no existe posibilidad de reconocimiento contable de estos activos intangibles autogenerados por la empresa.

Para que un recurso pueda ser reconocido contablemente como “Activo”, el Marco de Conceptos del IASB, requiere que el mismo reúna los siguientes requisitos:

- a. El bien debe brindar a la empresa, futuros beneficios que espera fluyan hacia la misma;
- b. El acceso a los beneficios que produce debe estar bajo control de la empresa;
- c. El control sobre los beneficios que produce el bien debe haberse originado en una transacción o hecho ocurrido con anterioridad;
- d. La partida debe tener un costo o valor, que pueda ser medido en forma confiable.

La NIC 38 del IASB que define al activo intangible como «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»,

establece que procede su reconocimiento contable 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 puede ser medido de forma fiable».

En síntesis, de acuerdo con la norma internacional, para que un activo intangible sea reconocido contablemente, debe cumplir con los elementos de la definición de activos intangibles, esto es, identificabilidad, control sobre el recurso en cuestión y existencia de beneficios económicos futuros y, además, ser factible de cuantificar en forma razonable.

IV. DIFICULTADES DEL CAPITAL INTELECTUAL EN LA CONTABILIDAD FINANCIERA

En razón de lo analizado varias son las dificultades para encuadrar a los intangibles en la contabilidad financiera.

La primera es la identificabilidad, ya que para el cumplimiento de este requisito será menester que la empresa pueda identificar los beneficios económicos que deriven de la misma.

El segundo inconveniente se refiere a la posibilidad de ejercer control sobre los beneficios que estos intangibles generan. En la NIC 38, con respecto a este ítem se expresa: «Una empresa puede poseer un equipo de personas capaces, de manera que pueda identificar posibilidades de mejorar su nivel de competencia mediante la formación especializada, cuyo desembolso producirá beneficios económicos en el futuro. La empresa puede también esperar que dicho

equipo continúe prestando sus servicios dentro de la entidad. Sin embargo, normalmente la empresa tendrá un control insuficiente sobre los beneficios futuros esperados que pueda producir un equipo de empleados con mayor especialización, como para poder considerar que los importes dedicados a la formación cumplen la definición de activos intangibles». Otro párrafo de la misma norma evidencia también la dificultad al expresar: «La empresa puede tener una cartera de clientes, o una determinada cuota de mercado, y esperar que, debido a los esfuerzos empleados en desarrollar relaciones y lealtad de los clientes, éstos vayan a continuar demandando los bienes y servicios ofrecidos por la empresa. Sin embargo, en ausencia de derechos legales u otras formas de control, que protejan esta expectativa de relaciones, o de lealtad continuada por parte de los clientes, la empresa tendrá por lo general un grado de control insuficiente sobre los beneficios económicos que se podrían derivar de las mismas, como para poder considerar que tales partidas (cartera de clientes, cuotas de mercado, relaciones con la clientela, lealtad de los clientes) cumplen con la definición de activo intangible».

V. PROPUESTAS PLANTEADAS

Finalmente, y por lo general, no es posible distinguir entre los costos incurridos para la generación interna de estos intangibles, de los necesarios para el mantenimiento de las funciones operativas, por lo que es bastante difícil lograr medir objetivamente el valor de los mismos en la empresa.

Sin embargo, y ante la necesidad de contar con información sobre los intangibles, tanto la doctrina como algunos grupos de empresarios han hecho distintas propuestas para considerar de alguna manera a estos elementos generadores de contribución marginal.

Algunas de estas propuestas intentan incluir a los intangibles autogenerados dentro de los estados financieros, esforzándose por adaptar los mismos al marco conceptual de los estados financieros. Así, se proponen analizar uno por uno los factores que acuerdan ventajas comparativas a la empresa y que no están registrados en ningún otro activo, a efectos de segregar la porción de los mismos atribuible a ingresos futuros, para proceder a su activación como parte del costo del valor autogenerado. Otros autores creen que deberían reformularse los principios contables para que el reconocimiento de los intangibles pudiera tener cabida en ellos.

Otras propuestas, en cambio, intentan superar las limitaciones inherentes al sistema contable mediante el uso de información no financiera que les permita conocer mejor la situación de la empresa, aunque existe gran controversia en relación con el modo de abordar el tema.

La labor recién comienza, la contabilidad se enfrenta ante el gran desafío de establecer normas que permitan homogeneizar los criterios empleados para la identificación, medición y presentación de los activos intangibles a fin de que los usuarios puedan contar con información confiable para la toma de decisiones.

VI. LA IMPORTANCIA DEL CAPITAL INTELECTUAL EN LA XXIV CONFERENCIA INTERAMERICANA DE CONTABILIDAD

El Área 1. Investigación Contable concentra en estos eventos interamericanos bianuales a contadores públicos dedicados a la investigación de la ciencia contable. En este último evento el Área 1- Investigación Contable, presentó el *Tema 1.1 La información financiera frente al desafío de nuevos usuarios* con la exposición de cuatro excelentes trabajos nacionales.

Por primera vez en esta Área, se ha presentado el *Sub Tema 1.1.1. Capital Intelectual*, con la exposición de tres trabajos nacionales.

El trabajo nacional más interesante fue: *El capital intelectual- análisis crítico en el marco de las nuevas necesidades*, presentado por tres contadores públicos uruguayos, que se hicieron acreedores al Segundo Premio de la Conferencia Interamericana y a merecidos elogios al contenido del trabajo expuesto de doce páginas, por la profundidad de conceptos, criterios, inserciones de acertados párrafos de diversos autores, cuadros analíticos y precisiones sobre el capital intelectual.

Los títulos de este trabajo nacional son los siguientes:

- | | |
|--------------------|---|
| <i>Capítulo I</i> | <i>Introducción</i> |
| | <ul style="list-style-type: none">• <i>La creación de valor en las empresas en la nueva economía.</i> |
| <i>Capítulo II</i> | <i>El debate sobre el cumplimiento de los objetivos de los estados contables y su utilidad.</i> |

Capítulo III Creación y desarrollo de activos intangibles: El capital intelectual

- Las fuentes de creación de valor: el capital intelectual
- Definiciones de capital intelectual. Conceptualización. En la búsqueda de un concepto aceptado universalmente.
Principales activos intangibles definidos por la corriente de capital intelectual
- Modelos de medición del capital Intelectual
- Modelos de medición de capital intelectual de Karl Sveiby: el monitor de activos intangibles
- Propuestas tradicionales para medir la creación de valor

Capítulo IV. La visión de la profesión

1. ¿Los estados contables o sus notas revelan todos los hechos pasados que puedan indicar la existencia de una fuente generadora de valor?
2. ¿Los estados contables consideran la influencia de las actividades desarrolladas dentro de las empresas como fuente generadora de valor?
 - Identificabilidad
 - Control
 - Beneficios económicos futuros
3. ¿La profesión contable permite la valorización de aquellos activos intangibles de reconocimiento admitido siguiendo criterios de medición alineados con la cuantificación de su potencialidad como fuente de generación de valor?

4. ¿Permiten los estados contables extraer conclusiones válidas sobre la evolución económica y financiera de las empresas basadas en una razonable correlación entre los ingresos y gastos asociados a la utilización del capital intelectual?

Capítulo V. Nuestra propuesta: Modelo de información complementaria sobre capital intelectual

Capítulo VI Guía de discusión

Capítulo VII Conclusiones

1. Necesidad de incorporar información sobre el capital intelectual
2. Sobre el futuro de la profesión
3. Cambios a las normas contables

Bibliografía

VII. CAPITAL INTELECTUAL-INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA A LOS ESTADOS CONTABLES

El capítulo V del mencionado trabajo nacional interamericano presenta el formulario titulado: "Capital intelectual-información complementaria a los estados contables", como una excelente aportación al desarrollo de la información contable, que merece los siguientes comentarios sobre su estructura y contenido:

1. Es la primera vez que los contadores públicos tenemos la posibilidad de brindar a la empresa una información

cuantitativa y cualitativa complementaria sobre capital intelectual, debidamente interconectada con indicadores con base contable y extracontable. Esta interconexión es logro inobjetable que otorga un gran mérito al cuadro diseñado.

2. Los componentes del capital intelectual están expuestos en tres categorías: *Mercado; Innovación y tecnología; y Competencias del personal.*

En cada categoría se observan columnas de **unidad de medida, base contable, base extracontable y base mixta.** Estas tres últimas columnas comparativas de un año a otro, lo que le da al cuadro un valor agregado para efectuar análisis y evaluaciones de carácter financiero y económico.

3. Estamos, por lo tanto, frente a una nueva era de información contable y extracontable, que nace en el continente americano. Debemos considerar esta información complementaria como la primera puerta que se abre en el conglomerado de conceptos, criterios y análisis teóricos que están rodeando a los temas de capital intelectual y contabilidad del conocimiento.
4. El mencionado formulario se muestra en el anexo N.º 1 y está sujeto a un exhaustivo análisis de los componentes expuestos en las tres categorías. Sin duda alguna, su contenido es novedoso y despierta muchas inquietudes profesionales y campos propicios para mayores estudios de investigación.

VIII. ENCUESTAS APLICADAS AL USO DEL FORMULARIO DE: «CAPITAL INTELECTUAL-INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA A LOS ESTADOS CONTABLES»

En cumplimiento de uno de los objetivos del estudio de investigación, se distribuyó en el segundo semestre del 2003, a 100 contadores públicos, el siguiente Cuestionario de Investigación 2003, cuyo contenido dice:

CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN 2003 CAPITAL INTELECTUAL- INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA A LOS ESTADOS CONTABLES AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2002

1. En el Área de «Investigación Contable»-Sub. Tema 1.1.1. Capital Intelectual, tres contadores públicos de la República Oriental del Uruguay presentaron en la XXIV Conferencia Interamericana de Contabilidad un excelente trabajo nacional titulado: «El Capital Intelectual-Análisis Crítico en el marco de las nuevas necesidades de información para los usuarios de información financiera».
2. En este trabajo nacional, se incluye el formulario: «Capital intelectual- Información complementaria a los estados contables» en el que sólo se han colocado dos columnas de Base Contable-2002 y Base Extracontable-2002; la primera columna para mostrar información contable al cierre 2002 procedente de los libros de la empresa, en la medida que se puedan obtener; y lo más importante, la segunda columna para anotar la información extracontable, al cierre 2002, de aquellos rubros que se consideren que la empresa los tiene, los

tendrá o puede autogenerarlos basándose en el futuro de sus actividades o cambios que sean indispensables para lograr el desarrollo y la prosperidad de la empresa.

3. Su información es confidencial, pues no tiene que anotar el nombre de la empresa; sírvase devolverla al investigador que le ha pedido su colaboración antes del martes 02 de setiembre del 2003, fecha en que el investigador tiene que presentar el informe final de sus encuestas.

Muchas Gracias.
La Comisión de Investigación

El formulario adjunto al «Cuestionario de Investigación 2003», que se muestra en el Anexo N.º 2, contiene solamente la «Base Contable Año 2002», y la «Base Extracontable Año 2002», sin buscar la comparabilidad con el año anterior 2001, con la finalidad de simplificar el proceso de las encuestas y facilitar un rápido retorno de los formularios con la información solicitada.

Como resultado de las encuestas, se recibieron 80 formularios con datos contables y extracontables del año 2002. Se incluye en el presente informe del estudio de investigación un formulario de datos recibidos que se muestra en el Anexo N.º 3 con respectivas notas aclaratorias, dadas por un contador público peruano, verdaderamente preocupado por el tema.

El análisis de los otros 79 formularios recibidos revela lo siguiente:

1. La mayoría de los contadores públicos llenaron con buena información la columna «Base

Contable-Año 2002»; pero la información de la columna «Base Extracontable-Año 2002» es reducida.

2. Esta información reducida proporcionada por 79 contadores públicos, demuestra que no tienen un conocimiento cabal de los procesos del capital intelectual.
3. Otra causa de esta información reducida de la columna «Base Extracontable-Año 2002», podría ser producto de la formación universitaria sobre contabilidad tradicional, que se sustenta en los libros y documentos de la empresa, lo que los inhibe a proyectarse en dar información extracontable proveniente de otras fuentes.
4. Por último, una minoría de contadores públicos no colocó información alguna en la columna «Base Extracontable-Año 2002», lo que confirma un desconocimiento casi total de los procesos del capital intelectual.

CONCLUSIONES

1. La bibliografía, separatas y artículos de revistas especializadas, provenientes de otros países con avanzada tecnología contable, confirma que los estudios sobre capital intelectual tienen un notable avance; mientras que en el Perú no se ha planificado una adecuada difusión a base de seminarios, fórums, conferencias, etc.; ni se han publicado libros con el tema del capital intelectual aplicado a realidades de entorno empresarial nacional.

2. Indudablemente que a nivel internacional se está avanzando en información adicional sobre el capital intelectual, dada la inquietud permanente en el ámbito de los contadores públicos de buscar los caminos que permiten cuantificar los datos obtenidos de la empresa, para presentarlos como información necesaria para la toma de decisiones sobre los componentes del capital intelectual. En el Perú no hay interés aún para estudiar tales componentes ni para buscar la cuantificación como elemento necesario informativo.
3. Al realizar las aplicaciones prácticas de capital intelectual, tal como se ha demostrado con el «Cuestionario de Investigación 2003», la revelación de datos extracontables 2002 de escaso contenido informativo, demuestra que no se adiciona ninguna información de capital intelectual en los estados financieros tradicionales que preparan los contadores públicos en el Perú.

RECOMENDACIONES

1. Es un deber para los contadores públicos y estudiantes universitarios de todas las facultades del Sistema de la Universidad Peruana, exigir el dictado de cursos, conferencias y seminarios sobre capital intelectual, tanto a los colegios profesionales como a sus propias universidades, para asimilar las innovaciones contables y extracontables que se están presentando. Así, los contadores públicos del Perú estarán capacitados en ofrecer nuevos servicios profesionales competitivos, aportando planteamientos de información contable de avanzada. De igual forma, los estudiantes universitarios, futuros contadores públicos, al salir de la universidad tendrán una adecuada preparación sobre este interesante tema profesional y estarán preparados para enfrentarse al reto de información futura que exigirán las empresas que hayan captado la importancia de recibir información contable sobre capital intelectual.
2. También tiene prioridad conocer los avances logrados sobre capital intelectual, realizando serios estudios de los trabajos nacionales que tratan este tema; y de los artículos y libros que difunden los alcances logrados en las aplicaciones contables y extracontables a nivel empresarial.
3. El reto más ambicioso será buscar la mejor aplicación del capital intelectual en la economía peruana, para producir mayor información confiable en los estados financieros que preparen los contadores públicos, que permita el progreso y crecimiento financiero y económico de las empresas del Perú, el incremento de puestos de trabajo y la mejora de los niveles económicos de la población peruana.

ANEXO N.º 1

CAPITAL INTELECTUAL							
INFORMACION COMPLEMENTARIA A LOS ESTADOS CONTABLES							
COMPONENTES DEL CAPITAL INTELECTUAL	INDICADORES DEL EJERCICIO	Unidad de Medida	BASE CONTABLE		BASE EXTRA CONTABLE		BASE MDXTA
			Año 01	Año 00	Año 01	Año 00	Año 01
CLASIFICACION	DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR						
1. Mercado							
Marcas	Marcas de productos y servicios registrados	Q			X	X	
	Inversión en adquisición de marcas	\$	X	X			
Posición competitiva	Tamaño total del mercado primario en que opera la empresa	\$			X	X	
	Participación en el mercado primario en el que opera la empresa	%			X	X	
Administración de clientes	Inversión en desarrollo de nuevos mercados	\$	X	X			
	Número total de clientes	Q			X	X	
	Ventas anuales por cliente	\$					X
	Cientes ganados	Q			X	X	
	Cientes perdidos	Q			X	X	
	Inversión en servicios a clientes sobre Nº total de clientes	\$					X
Nuevos productos y servicios (negocios)	Índice de satisfacción de clientes según encuesta (i)	%			X	X	
	Cientes con mas de cinco años de antigüedad	Q			X	X	
	Ingresos provenientes de nuevos negocios (menores a 2 años)	\$	X	X			
	Utilidad neta proveniente de nuevos negocios	\$	X	X			
Inversión en publicidad	Nuevos productos y servicios lanzados	Q			X	X	
	Proporción ventas nuevos negocios sobre total de venta	%			X	X	
	Inversión total en publicidad	\$	X	X			
	Inversión en publicidad de nuevos productos y servicios	\$	X	X			
2. Innovación y Tecnología							
Inversión en investigación y desarrollo	Inversión total en investigación y desarrollo	\$	X	X			
	Recursos humanos dedicados a I & D sobre recursos totales	%			X	X	
Obtención y desarrollo de patentes y licencias	Cantidad de patentes y licencias obtenidas	Q			X	X	
	Inversión en la adquisición de patentes y licencias	\$	X	X			
	Antigüedad promedio de patentes y licencias	T			X	X	
Capacidad de innovación	Patentes solicitadas pendientes de obtención	Q			X	X	
	Tasa histórica de nuevos productos que llegan al mercado	%			X	X	
	Tiempo promedio de desarrollo y/o identific. de un nuevoproduc.	T			X	X	
Sistemas de Información	Proporción de empleados menores de 40 años	Q			X	X	
	Inversiones en hardware	\$	X	X			
	Inversiones en software: Desarrollos propios	\$	X	X			
	Inversiones en software: Adquisiciones	\$	X	X			
	Computadoras personales por empleado	Q			X	X	
3. Competencias del personal							
Desarrollo de talentos destrezas y competencias	Inversión en formulación y desarrollo de competencias por empleado	\$					X
	Horas de capacitación por empleado	T			X	X	
Eficiencia	Número de empleados	Q			X	X	
	Ventas por empleado	\$					X
	Valor agregado por empleado	\$					X
Retención del personal	Beneficios totales sobre número de empleados	\$					X
	Índice de satisfacción de empleados según encuesta (i)	%			X	X	
Calificación del personal	Rotación de empleados	%			X	X	
	Inversión en capacitación en nuevas tecnolog. y metodos de trab.	\$	X	X			
	Porcentaje profesionales + técnicos / total empleados	%			X	X	
	Nivel de educación promedio del personal	Q			X	X	
	Gastos Capacitación /total gastos operativos	%	X	X			

ANEXO N.º 2

CAPITAL INTELECTUAL INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA A LOS ESTADOS CONTABLES							
COMPONENTES DEL CAPITAL INTELECTUAL	INDICADORES DEL EJERCICIO						
	CLASIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR	Unidad de Medida	BASE CONTABLE (1)		BASE EXTRA CONTABLE (1)	
				Año 2002		Año 2002	
1. Mercado							
Marcas	Marcas de productos y servicios registrados	Q				X	
	Inversión en adquisición de marcas	\$	X				
Posición competitiva	Tamaño total del mercado primario en que opera la empresa	\$				X	
	Participación en el mercado primario en el que opera la empresa	%				X	
Administración de clientes	Inversión en desarrollo de nuevos mercados	\$	X				
	número total de clientes	Q		X		X	
	Ventas anuales por cliente	\$					
	Cientes ganados	Q				X	
	Cientes perdidos	Q				X	
	Inversión en servicios a clientes sobre						
	Número total de clientes	S					
	Índice de satisfacción de clientes según encuesta (i)	%				X	
	Cientes con más de cinco años de antigüedad	Q				X	
Nuevos productos y servicios (negocios)	Ingresos provenientes de nuevos negocios (menores a 2 años)	\$	X				
	Utilidad neta proveniente de nuevos negocios	\$	X				
	Nuevos productos y servicios lanzados	Q				X	
	Proporción ventas nuevos negocios sobre total de ventas	%				X	
Inversión en publicidad	Inversión total en publicidad	\$	X				
	Inversión en publicidad de nuevos productos v servicios	\$	X				
2. Innovación v Tecnología							
Inversión en investigación y desarrollo	Inversión total en investigación y desarrollo	\$	X				
	Recursos humanos dedicados a I & D sobre recursos totales	%				X	
Obtención y desarrollo de patentes y licencias	Cantidad de patentes y licencias obtenidas	Q				X	
	Inversión en la adquisición de patentes y licencias	\$	X				
	Antigüedad promedio de patentes y licencias	T				X	
Capacidad de innovación	Patentes solicitadas pendientes de obtención	Q				X	
	Tasa histórica de nuevos productos que llegan al mercado	%				X	
	Tiempo promedio de desarrollo y/o identificación de un nuevo producto	T				X	
	Proporción de empleados menores de 40 años	Q				X	
Sistemas de Información	Inversiones en hardware	\$	X				
	Inversiones en software. Desarrollos propios	\$	X				
	Inversiones en software. Adquisiciones	\$	X				
	Computadoras oersonales por empleado	Q				X	
3. Competencias del personal							
Desarrollo de talentos destrezas y competencias	Inversión en formulación y desarrollo de competencias por empleado	\$					
	Horas de capacitación por empleado	T				X	
Eficiencia	Número de empleados	Q				X	
	Ventas por empleado	\$					
	Valor agregado por empleado	\$					
	Beneficios totales sobre número de empleados	\$					
Retención del personal	Índice de satisfacción de empleados según encuesta (i)	%				X	
	Rotación de empleados	%				X	
Calificación del personal	Inversión en capacitación en nuevas tecnologías y métodos de trabajo	\$	X				
	Porcentaje profesionales + técnicos / total empleados	%				X	
	Nivel de educación promedio del personal	Q				X	
	Gastos capacitación /total gastos operativos	%	X				

Referencia sobre la unidad de medida: T Tiempo; % Porcentaje; Q Cantidad; \$ Importe; (i), Incorporar ficha técnica de las encuestas realizadas. Las marcas "X" sirven para indicar los rubros que solicitan información

ANEXO N.º

CAPITAL INTELECTUAL INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA A LOS ESTADOS CONTABLES				
COMPONENTES DEL CAPITAL INTELECTUAL	INDICADORES DEL EJERCICIO			
	CLASIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR	Unidad de Medida	BASE CONTABLE Año 2002
1. Mercado				
Marcas	Marcas de productos y servicios registrados	Q		12
	Inversión en adquisición de marcas	S/.	25,488	
Posición competitiva	Tamaño total del mercado primario en que opera la empresa	S/.		20,566,00
	Participación en el mercado primario en el que opera la empresa	%		39
	Inversión en desarrollo de nuevos mercados	S/.	233,671	
Administración de clientes	Número total de clientes	Q		110
	Ventas anuales por cliente	S/.		72,652
	Cientes ganados	Q		32
	Cientes perdidos	Q		18
	Inversión en servicios a clientes sobre N.º total de clientes	S/.		660
	Índice de satisfacción de clientes según encuesta	%		85
	Cientes con más de cinco años de antigüedad	Q		76
Nuevos productos y servicios (negocios)	Ingresos provenientes de nuevos negocios (menores a 2 años)	S/.	2,397,518	
	Utilidad neta proveniente de nuevos negocios	S/.	233,198	
	Nuevos productos y servicios lanzados	Q		10
	Proporción ventas nuevos negocios sobre total de ventas	%		30
Inversión en publicidad	inversión total en publicidad	S/.	74,882	
	Inversión en publicidad de nuevos productos y servicios	S/.	29,953	
2. Innovación y Tecnología				
Inversión en investigación y desarrollo	Inversión total en investigación y desarrollo	S/.	63,452	
	Recursos humanos dedicados a I & D sobre recursos totales	%		30
Obtención y desarrollo de patentes y licencias	Cantidad de patentes y licencias obtenidas	Q		4
	Inversión en la adquisición de patentes y licencias	S/.	76,066	
	Antigüedad promedio de patentes y licencias	T		16
	Patentes solicitadas pendientes de obtención	Q		2
Capacidad de innovación	Tasa histórica de nuevos productos que llegan al mercado	%		40
	Tiempo promedio de desarrollo y/o identific. de un nuevo producto	T		2
	Proporción de empleados menores de 40 años	Q		150
Sistemas de Información	Inversiones en hardware	S/.	13,484	
	Inversiones en software. Desarrollos propios	S/.	35,506	
	Inversiones en software. Adquisiciones	S/.	56,855	
	Computadoras personales por empleado	Q		1
3. Competencias del personal				
Desarrollo de talentos destrezas y competencias	Inversión en formulación y desarrollo de competen. por empleado	S/.		63,452
	Horas de capacitación por empleado	T		200
Eficiencia	Número de empleados	Q		257
	Ventas por empleado	S/.		56,280
	Valor Agregado por empleado	S/.		10,130
	Beneficios totales sobre número de empleados	S/.		7,793
Retención del personal	Índice de satisfacción de empleados según encuesta	%		72
	Rotación de empleados	%		10
Calificación del personal	Inversión en capacitación en nuevas tecnolog. y métodos de trab.	S/.	88,460	
	Porcentaje profesionales + técnicos / total empleados	%		55
	Nivel de educación promedio del personal	Q		60
	Gastos capacitación /total gastos operativos	%	10,152	

EXPLICACIONES ADICIONALES AL ANEXO N.º 3

BASE CONTABLE	BASE EXTRA CONTABLE
2002	2002

1. Mercados			
Marcas	Marcas de productos y servicios registrados		Se hizo un estudio de los modelos clásicos de confección, en el segmento Damas, caballeros y niños, producto del estudio, existe la posibilidad de introducir al mercado 12 marcas de ropa sport .
	Inversión en adquisición de marcas	Durante el presente año se invirtieron S/. 25,488 en la adquisición de 2 marcas de prendas de vestir.	
Posición competitiva	Tamaño total del mercado primario en que opera la empresa		Se estima que el volumen de ventas en el país asciende a S/. 20'566,000.
	Participación en el mercado primario en el que opera la empresa		La empresa ocupa el 39% de las ventas en el país.
	Inversión en desarrollo de nuevos mercados	Se invirtió un total de S/. 233,671 en la apertura de sucursales en las ciudades de Tacna, Ica y Arequipa.	
Administración de clientes	Número total de clientes		Se estima aumentar el potencial de clientes a 110.
	Ventas anuales por cliente		El promedio de ventas anuales por cliente es de S/. 72,652.
	Clientes ganados		El número de clientes nuevos durante el año fue de 32.
	Clientes perdidos		Se perdieron 18 clientes, debido a la discontinuación de 6 tipos de prendas de vestir.
	Inversión en servicios a clientes sobre N.º total de clientes		La relación de inversión en servicios al cliente es de 660, razón por la cual estamos trabajando para mejorar la calidad del servicio.
	Índice de satisfacción de clientes según encuesta		El 85% de la clientela está satisfecho del servicio y la puntualidad en la entrega de sus requerimientos.
	Clientes con más de cinco años de antigüedad		La empresa cuenta con una clientela cautiva de 76.
Nuevos productos y servicios (negocios)	Ingresos provenientes de nuevos negocios (menores de 2 años)	Se obtuvo en el año S/. 2'397,518, por concepto de apertura de tiendas en épocas de fiestas.	
	Utilidad neta proveniente de nuevos negocios	La utilidad neta por apertura de nuevos negocios fue de 233,198.	
	Nuevos productos y servicios lanzados		Hay un proyecto de lanzamiento de 10 tipos de prendas para damas.
	Proporción ventas nuevos negocios sobre total ventas		La proporción de ventas en nuevos negocios fue de 30
	Inversión total en publicidad	Se invirtieron S/. 74,882 en publicidad y promociones	
	Inversión en publicidad de nuevos productos y servicios	Se invirtieron S/. 29,953 en el lanzamiento de nuevos productos a nivel nacional	

BASE CONTABLE 2002	BASE EXTRA CONTABLE 2002
--------------------------	--------------------------------

2. Innovación		Tecnología	
Inversión en investigación y desarrollo	Inversión total en investigación y desarrollo	Se enviarán al extranjero algunos trabajadores por S/. 63,452	
	Recursos humanos dedicados a I & D sobre recursos totales		La empresa cuenta con 30 trabajadores dedicados a la investigación.
	Cantidad de patentes y licencias obtenidas		Se obtuvo un total de 4 patentes.
Obtención y desarrollo de patentes y licencias	Inversión en la adquisición de patentes y licencias	El gasto fue de 76,066	
	Antigüedad promedio de patentes y licencias		La antigüedad promedio es de 16 años.
	Patentes solicitadas pendientes de obtención		A la fecha se encuentran en trámite 2 licencias extranjeras.
Capacidad de innovación	Tasa histórica de nuevos productos que llegan al mercado		Actualmente hay 40 productos en el mercado.
	Tiempo promedio de desarrollo y/o identificación de un nuevo producto		El tiempo promedio para desarrollar un nuevo producto es de 2 por mes.
	Proporción de empleados menores de 40 años		Los empleados menores de 40 años asciende a 150
Sistemas de Información	Inversiones en hardware	Se adquirieron nuevas computadoras por 13,484	
	Inversiones en software: Desarrollos propios	El gasto total en desarrollo de nuevos programas fue de 35,506.	
	Inversiones en software: Adquisiciones	La inversión en adquisición de nuevos software fue de 56,855	
	Computadoras personales por empleado		La empresa cuenta con tecnología de última generación.
3. Competencias del personal			
Desarrollo de talentos, destrezas y competencias	Inversión en formulación y desarrollo de competencias por empleado		El personal profesional cuenta con estudios de postgrado; la inversión que hicieron durante el presente ejercicio fue de S/. 63,452.
	Horas de capacitación por empleado		El promedio de horas de capacitación es de 200
Eficiencia	Número de empleados		Actualmente se cuenta con un personal de 257 personas entre empleados y obreros.
	Ventas por empleado		La venta por empleados es de S/. 56,280
	Valor agregado por empleado		Se estima un valor agregado de S/. 10,130
Retención del personal	Beneficios totales sobre N.º de empleados		La relación es de 7,793
	Índice de satisfacción de empleados según encuesta (i)		La satisfacción de los empleados es de 72% debido a la capacitación y al programa de incentivos.
Calificación del personal	Rotación de empleados		La rotación de empleados es de 2 personas por cada 10.
	Inversión en capacitación en nuevas tecnologías y métodos de trabajo	Se invirtió 88,460 para adquirir nuevos equipos y software para mejorar la producción	
	Porcentaje profesionales + técnicos / total empleados		El porcentaje de profesionales y técnicas asciende a 55.
	Nivel de educación promedio del personal		El 60% del personal entre obreros y empleados tiene educación técnica y superior respectivamente.
	Gastos capacitación /total gastos operativos	La proporción es de 10,152, ello debido a los programas de especialización del staff administrativo	

BIBLIOGRAFÍA

- BÉRTORA, Héctor Raúl *Llave de negocio*, Ediciones Macchi López. 1975.
- CHÁVEZ, Osvaldo; PAHLEN ACUÑA, Ricardo. *Valor llave. Un enfoque actual*, Ediciones Macchi. 1996
 - BOLETÍN ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA N.º 50. Entrevista a Leandro Cañibano. «Nuevos desafíos de la contabilidad ante el siglo XXI».
 - SIERRA FERNÁNDEZ, Monserrat. «¿Hacia una nueva contabilidad?. Contabilidad del Capital Intelectual» *Boletín de la Asociación Española de Contabilidad y Auditoría* N.º 49.
 - INTERNATIONAL FEDERATION OF ACCOUNTANTS. ESTUDIO 7: The measurement and management of Intellectual Capital: An introduction. EEUU. Septiembre de 1998.
 - CAÑIBANO, Leandro; GARCÍA-AYUSO COVARSI, Manuel; SÁNCHEZ, Paloma. *La relevancia de los intangibles para la valoración y la gestión de empresas: revisión de literatura*. Asociación Española de Contabilidad y Auditoría. Madrid, 1999.
 - CARAZAY, Cristina; FERNÁNDEZ, Analía; NANNINI, María Susana; SUARDI, Diana. «La llave de negocios en los Estados Contables». *Revista Desarrollo y Gestión* N.º 10 Julio, 2000.