



DOCUMENTOS PLANNING

Publicación periódica coleccionable

LAS MEDICIONES DEL CAPITAL INTELECTUAL

**Por Carlos Alberto Mejía C.
Consultor /Gerente**

No son muy precisas las definiciones de capital intelectual en la literatura especializada, dado que se trata de los elementos intangibles que permiten que una empresa adquiera ventajas competitivas sostenibles y durables.

Lo cierto es que, dos empresas dedicadas a la manufactura del mismo producto, situadas en la misma geografía, con el mismo capital, las mismas legislación, tecnología, tamaño y número de empleados, no producirán los mismos resultados ni se desarrollarán a la misma velocidad. La diferencia está en el capital intelectual, el cual, seguramente, es distinto para cada una de esas compañías.

Por capital intelectual, entonces, entenderemos en este documento el conjunto de conocimientos, experiencias, organización, cultura, destrezas y reconocimiento que caracterizan una compañía, las cuales han sido desarrolladas o adquiridas por la empresa y las personas que se desempeñan en ella.

El capital intelectual no es un activo que pueda verse en el balance, ni cuantificarse de la misma manera que el capital financiero (o económico) aportado en dinero. Pero, al igual que el capital financiero, el capital intelectual produce beneficios y genera fondos y capacidad de compra, de inversión y de desarrollo, así, el capital intelectual también produce beneficios que se contabilizan en el balance.

Cómo determinar cuáles de los beneficios que se contabilizan en un balance son generados por el capital financiero y cuáles por el intelectual, es justamente el centro de la pregunta sobre cómo medir el capital intelectual. El primero (el financiero) es tangible y el segundo (el intelectual), es intangible; el primero puede valorarse, el segundo, sólo estimarse.

El problema es que buena parte del capital intelectual está generalmente vinculado con la actuación de las personas, es prácticamente, lo que ellos se llevan a sus casas (conocimiento y experiencia) cuando salen de la oficina todos los días y lo regresan, al ingresar al día siguiente. Es decir, se tiene pero no se posee, en la medida en que las personas capacitadas, competentes y valiosas pueden irse de la empresa, en esa medida, se podrá estar yendo con ellos parte del capital intelectual.

www.planning.com.co

Calle 33A No.76-141 TEL: (574) 4120600 Fax 4131095 Medellín - Colombia



LA ESTRATEGIA
DEL CONOCIMIENTO

Hablamos, entonces, del capital intelectual, expresado como **capital humano**, en relación con la capacidad de aprendizaje, el saber, la creatividad, la innovación, la actitud, la motivación y el aporte intelectual de las personas, lo cual se traduce en contribución y comportamiento, para, finalmente, producir como resultado los beneficios económicos.

Desde otro punto de vista, el capital intelectual suele identificarse también como formado por los elementos de organización, de cultura corporativa, de comunicación, de clima laboral, las políticas sobre calidad e innovación, los sistemas de reconocimiento y evaluación del desempeño, las costumbres, los valores empresariales y los postulados estratégicos de una empresa. En este caso estamos identificando otra parte del capital intelectual que suele conocerse como **capital estructural**.

En otro ángulo de visión, el capital intelectual también se identifica como la calidad y beneficios de las relaciones que las empresas tienen con todo tipo de públicos, sean estos los clientes, los proveedores, los empleados y sus familias, los inversionistas y acreedores, las autoridades y la comunidad en general, los cuales suelen conocerse como accionistas sociales (stakeholders, en inglés). En este enfoque se determina el capital intelectual como formado por el **capital relacional** (la importancia y eficacia de las relaciones con todo tipo de públicos).

En síntesis, se puede afirmar:

Capital intelectual = Capital humano + Capital estructural + Capital relacional

Es evidente que el capital intelectual influye en los resultados económicos de una compañía. Así, hablaremos de valor de mercado y valor en libros de una empresa. Este último se refiere al valor contabilizado en el balance. El primero, por el contrario, involucra los elementos intangibles del capital intelectual y el valor de la marca (reconocimiento comercial).

Una empresa que tiene un alto valor de mercado, mas allá de su valor en libros, se dice que tiene unos significativos capital intelectual y valor de marca, lo cual le permite un incremento en su valoración, que tradicionalmente se ha conocido como el good will.

Es claro que no es sencillo valorar el capital humano, el estructural y el relacional, porque conocemos sus efectos, pero no podemos medirlos sino sólo de maneras indirectas. **Buena parte de los esfuerzos gerenciales en el momento actual están encauzados a emplear modelos alternativos de valoración, los cuales se fundamentan en métodos de comparación de los resultados obtenidos por una empresa con relación a sus pares (empresas comparables) y la determinación de las diferencias que en las materias citadas puedan existir entre ellas.**

Ahora, todos los estudios llegan a un lugar común en las empresas, el liderazgo y la influencia de los dirigentes empresariales y la calidad de sus gentes, como las grandes explicaciones finales de los contenidos en los capitales humano, estructural y relacional.

Para complementar, el capital intelectual, en ocasiones se “materializa” a través de marcas, patentes, registros sobre derechos de autor, etc., porque son conocimientos exclusivos o innovadores que generan derechos legales de explotación económica.

www.planning.com.co

Lo cierto también, según se ha investigado, es que “**la organización marcha al ritmo del capital menos desarrollado**”, es decir, un alto contenido de capital humano, que no se acompaña, por ejemplo, de un buen capital estructural, se verá reducido en su capacidad de generar beneficios económicos. Es un buen negocio, para todo empresario, preguntarse cómo marcha su capital intelectual y qué debe hacer para mejorarlo.

Planning S.A.

Copyright © Planning S.A. Todos los derechos reservados.

Acerca de Planning

Si desea conocer más sobre este tema, [pulse aquí](#)

Planning S.A. es una empresa privada colombiana que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.



Servicios

Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los links:

▪ [Consultoría](#) ▪ [Sistema de Inteligencia Monitor](#) ▪ [Sistema de Inteligencia Planner](#) ▪ [Otras publicaciones](#)



Recomienda a un amigo

Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#), para entrar a la página de referidos.



Si quiere cancelar su suscripción, [pulse aquí](#), y será removido de nuestra base de datos.

www.planning.com.co