	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Codigo	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia		Aprobado		Pag.
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA		SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(1)

## RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	<b>WENDY YORANNY GUERRERO CARVAJALINO JESUS EMIRO PEREZ BECERRA</b>		
FACULTAD	<b>CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS</b>		
PLAN DE ESTUDIOS	<b>CONTADURIA PUBLICA</b>		
DIRECTOR	<b>WILDER QUINTERO QUINTERO</b>		
TÍTULO DE LA TESIS	<b>MEDICIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL DE LA EMPRESA ASUCAP SAN JORGE MEDIANTE EL MODELO NAVEGADOR SKANDIA.</b>		
<b>RESUMEN</b> (70 palabras aproximadamente)			
<p>LA PRESENTE INVESTIGACIÓN PRETENDE REALIZAR UNA MEDICIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL DE LA EMPRESA ASUCAP SAN JORGE MEDIANTE EL MODELO NAVEGADOR SKANDIA, CON EL FIN DE DARLE UN VALOR REAL AL CONOCIMIENTO Y POSTERIORMENTE INCORPORAR DICHO VALOR EN LOS NUEVOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA. DE ESTA MANERA SE DARÁ CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS QUE PERMITAN MEDIR Y CUANTIFICAR DE UNA MANERA ACERTADA Y CONFIABLE EL CAPITAL INTELECTUAL DE LA EMPRESA.</p>			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
PÁGINAS: 89	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 5	CD-ROM: 1



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL OCAÑA N. DE S.  
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088  
[www.ufpso.edu.co](http://www.ufpso.edu.co)



**MEDICIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL DE LA EMPRESA ASUCAP SAN  
JORGE MEDIANTE EL MODELO NAVEGADOR SKANDIA.**

**WENDY YORANY GUERRERO CARVAJALINO  
JESÚS EMIRO PÉREZ BECERRA**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
PLAN DE ESTUDIOS CONTADURÍA PÚBLICA  
OCAÑA  
2015**

**MEDICIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL DE LA EMPRESA ASUCAP SAN  
JORGE MEDIANTE EL MODELO NAVEGADOR SKANDIA.**

**WENDY YORANY GUERRERO CARVAJALINO  
JESÚS EMIRO PÉREZ BECERRA**

**Trabajo de grado presentado para optar al título de Contador Público**

**Director  
WILDER QUINTERO QUINTERO  
Contador Público**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
PLAN DE ESTUDIOS CONTADURÍA PÚBLICA  
OCAÑA  
2015**

## TABLA DE CONTENIDO

Pág.

### INTRODUCCION

1.MEDICIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL DE LA EMPRESA ASUCAP SAN JORGE MEDIANTE EL MODELO NAVEGADOR SKANDIA.	13
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.3 OBJETIVOS	17
1.3.1 Objetivo General	17
1.3.2Objetivos Específicos	17
1.4 JUSTIFICACIÓN	17
1.5 DELIMITACIONES	18
1.5.1 Delimitación Geográfica.	18
1.5.2 Delimitación Temporal.	18
1.5.3Delimitación Conceptual.	18
1.5.4 Delimitación Operativa.	18
2. MARCO REFERENCIAL	19
2.1 MARCO HISTÓRICO	19
2.2.1 A nivel mundial	19
2.1.2 A nivel nacional:	20
2.1.3 A nivel local	20
2.2 MARCO TEÓRICO	21
2.2.1 Teoría estándar del capital intelectual.	22
2.2.2 Teoría del Capital Humano.	25
2.2.3 Teoría del conocimiento y la globalización:	26
2.2.4 Teoría del valor	26
2.2.5 Teoría del Comportamiento.	27
2.2.6 Teoría de la Motivación de los Empleados	28
2.2.7 Teoría de las Competencias, Gestión Humana.	29
2.2. 8. Activos intangibles:	30
2.2.9 Como conocer el valor real de una empresa	34
2.3 MARCO CONCEPTUAL	35
2.4 MARCO CONTEXTUAL	37
2.5 MARCO LEGAL	38
2.5.1 NIC 38	38
2.5.2 Decreto 2649 de 1993:	38
2.5.3 Decreto 2650 de 1993:	38
3. DISEÑO METODOLÓGICO	40
3.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	40
3.1.1 Investigación de campo:	40

3.2 POBLACIÓN	40
3.3 MUESTRA	40
3.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACIÓN	41
3.4.1 Fuentes primarias:	41
3.4.2 Fuentes secundarias:	41
3.5 TECNICAS DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	41
3.5.1 Análisis documental:	41
3.5.2 Análisis opinático:	41
3.5.3 Análisis estadístico:	41
4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	42
4.1. DIAGNOSTICAR LA MEDICIÓN Y VALORACIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL EN ASUCAP SAN JORGE.	42
4.1.1 Información obtenida de las encuestas aplicadas al personal administrativo de la empresa.	42
4.1.2 Diagnóstico	48
4.2 DETERMINAR Y VALORAR LOS ACTIVOS INTANGIBLES QUE POSEE ASUCAP SAN JORGE.	49
4.3 APLICAR EL MODELO NAVEGADOR SKANDIA EN LA EMPRESA ASUCAP SAN JORGE.	53
5. CONCLUSIONES	60
6. RECOMENDACIONES	61
BIBLIOGRAFÍA	62
ANEXOS	66

## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Diseño del Navegador Skandia	15
Figura 2. Indicadores del modelo Navegador Skandia	53

## LISTA DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Auxiliar Contable	48
Tabla 2. Auxiliar Administrativa	48
Tabla 3. Encuesta realizada a la gerente de ASUCAP San Jorge	48
Tabla 4. Activos intangibles revelados en los E.F. de ASUCAP San Jorge	50
Tabla 5. Cálculo del Good-will en ASUCAP San Jorge	51
Tabla 6. Indicadores del enfoque financiero	54
Tabla 7. Indicadores del enfoque clientela	54
Tabla 8. Indicadores de enfoque proceso	55
Tabla 9. Indicadores de enfoque renovación y desarrollo	55
Tabla 10. Indicadores del enfoque humano	56
Tabla 11. Indicadores para medir el capital intelectual	56
Tabla 12. Indicadores para calcular el coeficiente de eficiencia	57

## LISTA DE CUADROS

	<b>Pg.</b>
Cuadro 1. Satisfacción de los empleados encuestados	42
Cuadro 2. Participación de la formación y capacitación de los empleados encuestados al año.	43
Cuadro 3. Calificación del liderazgo de la administración	44
Cuadro 4. Calificación de la motivación de la administración	45
Cuadro 5. Tiempo de servicio en la empresa	46



## LISTA DE GRÁFICOS

	<b>Pág.</b>
Gráfico 1. Satisfacción de los empleados encuestados	43
Gráfico 2, Participación de la formación y capacitación de los empleados encuestados al año.	44
Gráfico 3. Calificación del liderazgo de la administración	45
Gráfico 4. Calificación de la motivación de la administración	46
Gráfico 5. Tiempo de servicio en la empresa	47

## INTRODUCCIÓN

El capital intelectual representa una parte fundamental del valor de la empresa, por éste motivo, cada vez aumenta la preocupación de las organizaciones por darle un valor y medir de forma adecuada el conocimiento de sus empleados.

Debido a esto, se hace necesaria la medición del conocimiento a través de diferentes modelos o instrumentos que permitan darle un valor y así se pueda ver reflejado en la situación financiera.

Con base en la necesidad de conocer el valor del capital intelectual, ésta investigación se aplicará el Navegador Skandia en la empresa Asucap San Jorge de Ocaña, la cual tendrá como objetivo principal la medición del capital intelectual a través del modelo Skandia, que se desarrollará a través de unos objetivos específicos como diagnosticar la medición y valoración del capital intelectual en Asucap San Jorge, determinar y valorar los activos intangibles que posee Asucap San Jorge y aplicar el modelo Navegador Skandia en la empresa Asucap San Jorge.

Así mismo, para el desarrollo del proyecto se aplicará una metodología de tipo descriptivo, de diseño documental y de campo.

# **1. MEDICIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL DE LA EMPRESA ASUCAP SAN JORGE MEDIANTE EL MODELO NAVEGADOR SKANDIA.**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El capital intelectual representa una parte fundamental del valor de la empresa, por éste motivo, cada vez aumenta la preocupación de las organizaciones por darle un valor y medir de forma adecuada el conocimiento de sus empleados.

Por tal razón, se hace necesaria la medición del conocimiento a través de diferentes modelos o instrumentos que permitan darle un valor y así poder ver reflejado en la situación financiera de la empresa.

Desde hace varias décadas, los esfuerzos corporativos por reducir costos y aumentar la eficiencia productiva se enfocaron en la reingeniería y al adecuado control de los recursos materiales, lo que dejó a un lado la administración del capital humano o intelectual en la organización.

Por consiguiente, después de varios años las grandes corporaciones se han percatado de que esos recursos humanos, como el capital intelectual representan la eficiencia y la productividad de la organización.

El concepto de reingeniería está muriendo a causa de un pensamiento mecánico, de realizar siempre procesos lineales y predecibles.

Debido a ello se originó el nuevo movimiento capital intelectual que de acuerdo a la universidad de las Américas de Puebla, sin duda constituye un campo novedoso y complejo de investigación que inició en los años 80 en Suecia<sup>1</sup>, sin embargo, en las naciones menos desarrolladas, la investigación en éste campo es muy escasa, a pesar del gran interés que ha despertado en el mundo académico y empresarial.

Es por esto, que muchas empresas colombianas tienen poco conocimiento sobre el capital intelectual; en consecuencia, sus empleados no son debidamente entrenados por lo que la gestión de los gerentes de las organizaciones en cuanto a formación y capacitación es limitada.

Según el autor Euroforum, citado por Ignacio Soret, “El capital intelectual engloba a todos los recursos intangibles, en general, este término se emplea para designar el conjunto de

---

<sup>1</sup> PARRA M. Iván. Antecedentes y determinación del capital intelectual desde la perspectiva contable y financiera. Cap. 1. Pag. 10. [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lcp/morales\\_o\\_ls/capitul](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/morales_o_ls/capitul)

activos de una sociedad que, pese a no estar reflejados en los estados financieros tradicionales, generan o generaran valor para la empresa en el futuro”<sup>2</sup>.

Por otro lado, la International *federation of accountants*, IFAC, citado por Saavedra García: señala que: “el capital intelectual es un concepto nuevo y enigmático que se refiere a los activos intangibles de la empresa”<sup>3</sup>. Lo cual genera expectativa en quienes tienen interés en éste y alienta a las empresas a incursionar en el fortalecimiento de su capital humano para así crear ventajas competitivas.

Existen varios modelos para calcular el conocimiento en las empresas tales como el modelo Balanced Scorecard, modelo de la empresa CELIMIT, modelo Intellect, Modelo de la empresa WM-DATA, modelo de la compañía PLS-CONSULT, modelo de la consultoría HAY-GROUP, modelo de la Agencia Gubernamental de Capital Riesgo, modelo Caterpillar, modelo Dow Chemical, Modelo Matemático, modelo de NONAKA Y TAKEUCHI, entre otros, por tal motivo se afirma que : “No existe un único modelo de capital intelectual, debido a que la mayoría de ellos van asociados a la estrategia corporativa que tenga la empresa y en función de ello a la importancia que le den a cada factor, de ahí que cada organización establece los indicadores más convenientes para medir dichos capitales”<sup>4</sup>.

En este sentido, Edvinsson y Malone, establecieron un nuevo modelo como es el Skandia, que fue implementado en una empresa de seguros y servicios financieros para desarrollar nuevos instrumentos capaces de medir el capital intelectual.

En lo que respecta al Navegador Skandia, la compañía sueca de seguros y servicios financieros Skandia es la única que ha desarrollado un instrumento capaz de medir de manera práctica y con indicadores financieros y no financieros el capital intelectual, para visualizar de forma rápida y segura el ayer, hoy y el futuro de una organización. Este

---

<sup>2</sup> Soret, Ignacio. Modelo de medición de conocimiento y generación de ventajas competitivas sostenidas en el ámbito de la iniciativa. [En línea]. Edit. ESIC editorial. EE.UU., 2008. Pag. 150, Disponible en internet: <https://books.google.com.co/books?id=e6U0xr0QYXwC>.

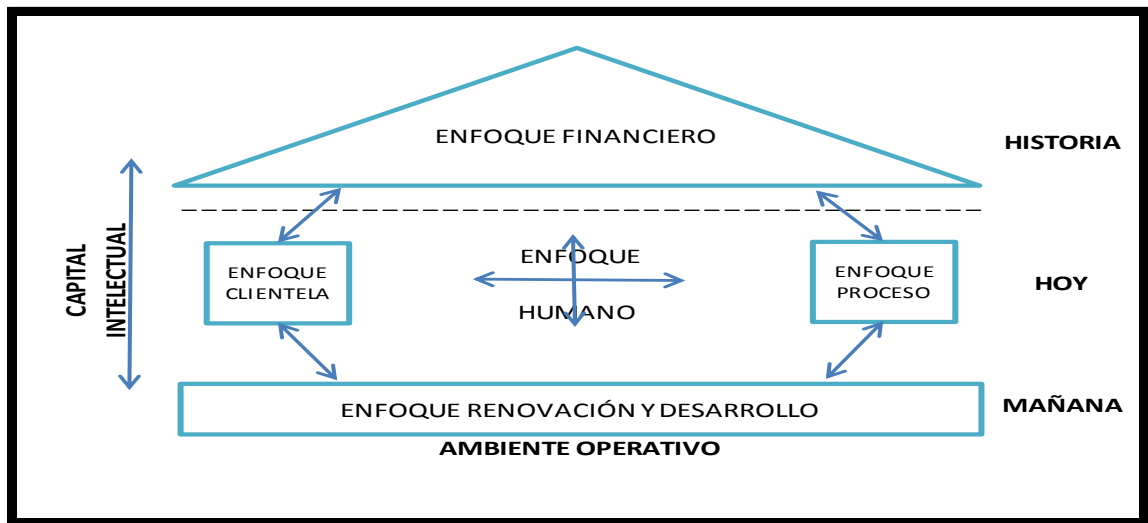
<sup>3</sup> Saavedra G María Luisa & Saavedra-García, Miriam Edith. Una propuesta de medición en incorporación del capital intelectual en la información financiera: el caso de Unión Febre. Edit. Revista Javeriana. Bogotá. 2012. [Citado el 14-Julio-2014]. Disponible en internet: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuacont/article/view/4281/3250>

<sup>4</sup> Nevado P. Domingo. Gestione y controle el valor integral de su empresa: Análisis integral: modelos, informes financieros y capital intelectual para rediseñar la estrategia. [En línea]. Edit. Díaz de Santos. España, 2013. Pag. 122. [Citado el 16-Julio-2014]. Disponible en internet: <https://books.google.com.co/books?id=fR0BAQAAQBAJ&pg=PA192&dq=Gestione+y+controle+el+valor+integral+de+su+empresa:+An%C3%A1lisis+integral&hl=es-419&sa=X&ei=KITJVP-fJvb8sASp2ICICw&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=Gestione%20y%20controle%20el%20valor%20integral%20de%20su%20empresa%3A%20An%C3%A1lisis%20integral&f=false>

modelo aparenta la forma de una casa símbolo de fuerza y unión, tal como se observa en la siguiente gráfica desarrollada por Edvinsson y Malone, citado por Parra Mesa<sup>5</sup>.

A continuación se muestra el diseño del navegador de Skandia junto con todos los elementos que lo integran:

Figura1. Diseño del Navegador Skandia



Fuente: Edvinsson L. Y Malone. M.S., (2003). Citado en el libro: los modernos alquimistas: epistemología corporativa y gestión del conocimiento

De este modo, si uno de ellos falta, la organización podría desaparecer o simplemente se encontraría más débil en cuanto a su competencia. De acuerdo a Edvinsson y Malone, citado por Saavedra, el modelo se compone de cinco áreas de enfoque:

### **Enfoque financiero:**

Este representa la parte superior de la casa, que integra el pasado de la empresa en un momento específico (Balance General). Este enfoque es el más común en el área de negocios pues es fácil de identificar y calcular<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> PARRA M. Iván. Antecedentes y determinación del capital intelectual desde la perspectiva contable y financiera. Cap. 1. Pag. 10. [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lcp/morales\\_o\\_ls/capitul](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/morales_o_ls/capitul)

<sup>6</sup> Saavedra G María Luisa & Saavedra-García, Miriam Edith. Una propuesta de medición en incorporación del capital intelectua en la información financiera: el caso de Unión Febre. Edit. Revista Javeriana. Bogotá. 2012. [Citado el 14-Julio-2014]. Disponible en internet: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuacont/article/view/4281/3250>

### **Enfoque clientela y proceso:**

Estos integran las paredes de la casa del capital intelectual, en ella se encuentra el presente y las actividades de la compañía que se orientan hacia éste activo intangible, siendo el segundo una medida más amplia del capital estructural. En la actualidad, el enfoque clientela es difícil de calcular, debido a que algunas empresas no llevan un control de la relación que se tiene con sus clientes. El caso del enfoque proceso es muy diferente al anterior pues las entidades deben llevar una evaluación precisa de todos los medios necesarios para lograr su producto final.

### **Enfoque renovación y desarrollo:**

Son los cimientos de la casa, en donde todos los elementos que lo integran son necesarios para mantener a la organización en un futuro. Ejemplo de ello son el entrenamiento que se les da a los empleados, el desarrollo de nuevos productos, las acciones estratégicas, los mercados en los que opera la organización. Por un lado, también se refleja qué tan eficientemente está abandonado el pasado por medio de la rotación de productos y la actualización de tecnología.

### **Enfoque humano:**

Se localiza en el centro de la casa, pues éste es el corazón de la organización, el recurso humano. Este presenta los activos que no son propiedad de la empresa y que se van todos los días a su casa. Gracias a ellos, la organización cuenta con un valor agregado, pues simboliza la capacidad e inteligencia que otorgan y aplican en la entidad, lo cual hace la diferencia ante su competencia.

Cada enfoque contiene una lista de indicadores que representan su valor cuantitativo, con los que en conjunto se puede obtener el valor del capital intelectual, mediante la ecuación de capital intelectual.

Edvinsson, citado por Saavedra establece una ecuación para medir el capital intelectual, tal como se describe a continuación:

Capital intelectual organizativo =  $i * C$ ,  $i = (n/x)$

Dónde:

C: Valor del capital intelectual en unidades monetarias.

i: Coeficiente de eficiencia con que la organización está utilizando dicho capital.

n: Es igual a la suma de los valores decimales de los nueve índices de eficiencia.

x: Es igual al número de esos índices.

Teniendo en cuenta lo planteado anteriormente, la región no cuenta con un estudio donde se haya aplicado el modelo Navegador Skandia; por lo tanto se propone la aplicación de este modelo que permita medir y cuantificar de una manera acertada y confiable el capital intelectual de la empresa ASUCAP San Jorge de Ocaña; para lograr producir información

confiable, verídica y a su vez reflejar en los próximos estados financieros una información más ajustada a la realidad, permitiendo tomar decisiones que vallan en busca del progreso y crecimiento financiero, evitando que se subvaloren todos aquellos aportes que generan utilidades para la empresa.

Es así como se plantea la investigación que lleva como título, aplicación del modelo Navegador Skandia en la empresa Asucap San Jorge de Ocaña, Norte de Santander, con el cual se busca encontrar solución a la falta de medición, cuantificación y contabilización del conocimiento que es de suma importancia en la empresa.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Fue necesario realizar un estudio acerca del modelo Navegador Skandia para la medición del capital intelectual, probar su aplicación en la empresa ASUCAP San Jorge de Ocaña y determinar que este capital se puede presentar en los Estados Financieros y de esta forma mostrar el valor real de las empresas. Para este fin se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál será el verdadero valor del Capital Intelectual al aplicar el modelo Navegador Skandia en la empresa ASUCAP San Jorge de Ocaña, Norte de Santander?

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 Objetivo General**

Medir el capital intelectual, a través del modelo Navegador Skandia en la empresa ASUCAP San Jorge de Ocaña, Norte de Santander.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

Diagnosticar la medición y valoración del capital intelectual en Asucap San Jorge.

Determinar y valorar los activos intangibles que posee Asucap San Jorge.

Aplicar el modelo Navegador Skandia en la empresa Asucap San Jorge.

## **1.4 JUSTIFICACIÓN**

En Colombia, la medición del capital intelectual aún no ha sido tomada en cuenta en los estados financieros o en las oficinas de recursos humanos de algunas empresas, aunque sin duda, muchas de ellas tienen una alta consideración del capital intelectual que poseen.

El modelo de medición de capital intelectual Navegador Skandia está basado en la experiencia de otros países, pero el modelo tendrá que adecuarse debido al grado de desarrollo en el sector de televisión y comunicación. Con ésta medición del capital intelectual la empresa Asucap San Jorge, ofrecerá nuevas formas de comportamiento gerencial, de tal forma que permita elevar el valor negociable de la empresa. Así mismo, en

la contabilidad surgirá una nueva visión de la medición, que el conocimiento de esta nueva valoración producirá en los próximos estados financieros, donde los intangibles son y serán de esta era del conocimiento lo más importante para la empresa.

Es por ello necesario aplicar el modelo Navegador Skandia que permita medir el capital intelectual para ésta empresa, para así lograr conocer, evaluar y gestionar aquellos intangibles que no se incluyen en la contabilidad tradicional, pero que éstos a su vez constituyen el principal recurso generador de beneficios que tiene la empresa.

La aplicación del modelo de capital intelectual Navegador Skandia se justifica por las siguientes razones: La empresa Asucap San Jorge podrá validar la capacidad de su organización para alcanzar las metas propuestas en un determinado periodo, obtendrá información necesaria y confiable para desarrollar programas de reingeniería, tendrán mayor claridad para invertir en investigación y capacitación especializada al grupo de empleados, promoverán la educación organizacional y podrán calcular el valor real de la empresa con el fin de optimizar los procesos en pro del mejoramiento de la organización.

La presente investigación se enfoca en la aplicación del modelo Navegador Skandia con el objetivo de medir el capital intelectual de los empleados del departamento administrativo y los beneficios que éstos aportan a la empresa. Por ésta razón la medición, evaluación y aplicación de dicho modelo da a la organización una ventaja competitiva en el mercado.

## **1.5 DELIMITACIONES**

**1.5.1 Delimitación Geográfica.** La presente investigación se realizó en la empresa ASUCAP SAN JORGE de Ocaña, Norte de Santander.

**1.5.2 Delimitación Temporal.** Esta investigación se desarrolló en un periodo de 2 meses, el primer mes dedicado al diseño, estructura y ejecución de la investigación y el segundo mes dedicado a la aplicación del modelo Navegador Skandia.

**1.5.3 Delimitación Conceptual.** En la siguiente investigación se estudiaron temas como Navegador Skandia, conocimiento, gerencia del conocimiento, control de gestión, valor agregado, productividad, propiedad intelectual, capital cliente, capital estructural, capital relacional, capital humano, servicio, empresa, organización, asociación y administración.

**1.5.4 Delimitación Operativa.** La investigación del proyecto desde el punto de vista operativo contó con algunos obstáculos, entre los cuales, se encuentran la dificultad para obtener la información a tiempo, la disponibilidad de tiempo de las personas que laboran en las empresas y los recursos económicos.



## 2. MARCO REFERENCIAL

### 2.1 MARCO HISTÓRICO

#### **2.2.1 A nivel mundial**

A principios de la década de 1980, la compañía sueca de seguros y servicios financieros Skandia se propuso investigar y medir su verdadero desempeño y valor, teniendo en cuenta que el objeto social de la compañía era ofrecer servicios, basados en la utilización de conocimientos.

En septiembre de 1991 fue fundado el Departamento de Capital Intelectual al mismo nivel que el departamento de finanzas y mercadotecnia; el cual fue ocupado por Leif Edvinsson, el propósito básico de ésta nueva posición era desarrollar el capital intelectual de Skandia para darle un valor representativo y constante que pudiera incluirse en el balance general.

Así mismo; en 1992 Edvinsson y su equipo de trabajo analizaron los conceptos y teorías sobre el capital intelectual, y los definieron sobre 3 conceptos fundamentales:

El capital intelectual es complementario de la información financiera, para Skandia el proceso empezó, cuando Bjorn Wolrath, entonces presidente, y Jan Carendy vieron que la teoría tradicional de administración no parecía acomodarse al desarrollo de un negocio de servicios. Ambos reconocían que la fortaleza competitiva de una compañía no estaba tanto en sus activos contables tradicionales como edificios, equipos y demás activos materiales, sino, en otros factores nuevos como talento individual, relaciones de mercado y la capacidad de manejar las competencias<sup>7</sup>.

La compañía sueca de seguros y servicios financieros Skandia se propuso investigar y medir su verdadero desempeño y valor, teniendo en cuenta que el objeto social de la compañía era ofrecer servicios, basados en la utilización de conocimientos.

En septiembre de 1991 fue fundado el Departamento de Capital Intelectual al mismo nivel que el departamento de finanzas y mercadotecnia; el cual fue ocupado por Leif Edvinsson, el propósito básico de ésta nueva posición era desarrollar el capital intelectual de Skandia para darle un valor representativo y constante que pudiera incluirse en el balance general.

En 1992 Edvinsson y su equipo de trabajo y analizaron los conceptos y teorías sobre el capital intelectual, y los definieron sobre 3 conceptos fundamentales:

El capital intelectual es complementario de la información financiera.

El capital intelectual es capital no financiero y revela la diferencia entre el valor de mercado y el valor en libros.

---

<sup>7</sup> PÉREZ, José. El capital intelectual. [En línea]. Edit. Grupo editorial Norma, 2004. Pag 61. [Citado el 3-Agosto-2014]. Disponible en internet: <https://books.google.com.co/books?isbn=9580477639>.

El capital intelectual es una partida del pasivo, no del activo ya que teóricamente se toma prestado ese conocimiento de los clientes, los empleados, etc.

### **2.1.2 A nivel nacional:**

La falta de conocimiento en Colombia del capital intelectual ha hecho que los estudios realizados sean de forma general y poco profunda en este tema.

CASTELLANOS VALERO Y MILLAN ROSERO<sup>8</sup>. En su proyecto “evolución de la medición y gestión del capital intelectual en una empresa del sector real en Colombia” señalan que: “El capital Intelectual es un tema de interés creciente para las empresas que obtienen sus ganancias de la innovación y el conocimiento. El valor de estas empresas está en sus activos intangibles intelectuales y en la habilidad para convertir estos activos en ganancias y además debe considerarse un modelo de medición para conocer el valor real del capital intelectual de las organizaciones para ser incluido posteriormente en los estados financieros”.

Por su parte, ARANGO SERNA Y PEREZ ORTEGA<sup>9</sup>. En su proyecto “Propuestas del modelo de gestión de capital intelectual” señalan: los activos intangibles son los que gracias a su intensidad en conocimiento, se convierten en activos escasos, valiosos, difícilmente imitables por terceros, y por tanto idóneos para generar ventajas competitivas perdurables en el tiempo. Conforme ha aumentado la diferencia entre el valor bursátil y el valor contable de la empresa, otros sectores (aparte del empresarial) se han interesado por el estudio de los activos intangibles”.

### **2.1.3 A nivel local**

Existen diferentes estudios relacionados con el capital intelectual, su medición y evaluación, no obstante, la mayoría de éstos se enfocan en la valorización e incorporación en la información financiera de las empresas y en las diferentes maneras de aplicación mediante modelos, sin embargo, ninguno apunta directamente al estudio del Navegador Skandia.

A Nivel de Ocaña son escasos los estudios realizados referentes al capital intelectual, sin embargo existen estudios relacionados con la importancia del capital intelectual en diferentes sectores dentro de los cuales se destacan:

---

<sup>8</sup> CASTELLANOS, German. Evolución de la medición y gestión del capital intelectual en una empresa del sector real en Colombia. [En línea]. Edit. Universidad Icesi. Cali, 2010. [Citado el 12-Agosto-2014]. Disponible en internet: [https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/item/5440/1/Evolucion\\_Capital\\_sector\\_real.pdf](https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/5440/1/Evolucion_Capital_sector_real.pdf)

<sup>9</sup> ARANGO, Martín. Propuesta de modelos de gestión de capital intelectual. [En línea]. Edit. Udea. Medellín, 2008. [Citado el 14-Agosto-2014]. Disponible en internet: [aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/cont/article/.../2166/1760](http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/cont/article/.../2166/1760)

JACOME REYES y PEREZ CASADIEGOS, en su proyecto de investigación “Valoración Económica del Capital Intelectual Para la Incorporación de los Estados Financieros en Almacenes Timana S.A. del Municipio de Ocaña, Norte de Santander”<sup>10</sup>. Señalan que actualmente, los métodos de gestión y la contabilidad no están orientados a expresar el valor y el crecimiento de los activos intangibles. Podría decirse que las empresas que carecen de activos inmateriales no tienen ningún valor a largo plazo. Se contratan y se despiden empleados sin tener en cuenta el impacto a largo plazo que ello pueda tener en la organización. Todavía se contempla la empresa a través del método contable tradicional, basado en activos materiales que no reflejan el valor auténtico de la misma. Por lo cual plantean que desarrollar un modelo que permita cuantificar los elementos que incorporen el Capital Intelectual en los estados financieros, proporciona una herramienta de medición del mismo y facilitará la gestión empresarial.

De igual manera, PEÑALOZA MENDOZA y DURAN SARMIENTO (2009) en su proyecto de investigación “valoración del capital intelectual para la empresa horizonte empleo Ltda. “Señalan que desde hace algunas décadas las empresas han venido presentando una serie de cambios en cuanto a la vieja sociedad que generó riqueza en forma de bienes de capital y productos manufactureros, estos cambios empiezan a presentarse al descubrir la importancia del capital intelectual, dándole la valoración que se merece. Sin embargo es apenas comprensible que el capital intelectual se convierte en un problema puesto que este intangible no tiene una cuantificación matemática ni una metodología para su valoración”<sup>11</sup>.

Por otra parte, la Universidad Francisco de Paula Santander como pionera en investigación en la región, a través del semillero de investigación SICECAF, realizó un proyecto enfocado al capital intelectual que lleva por título “Valoración del capital intelectual en las entidades financieras de Ocaña norte de Santander”<sup>12</sup>.

## 2.2 MARCO TEÓRICO

---

<sup>10</sup> JACOME R. Llanyry. Valoración económica del capital intelectual. Edit. Ufpso. Ocaña, 2008. [Citado el 14-Agosto-2014]. Disponible en internet: <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/230/1/25185.pdf>

<sup>11</sup> PEÑALOZA M. Valoración del capital intelectual para la empresa Horizonte Empleo Ltda. [En línea]. Edit. Ufpso. Ocaña, 2009. [Citado el 17-Agosto-2014]. Disponible en internet: [repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/.../230/.../25185.pdf](http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/.../230/.../25185.pdf)

<sup>12</sup> RUEDAS, Llaniris. Valoración del capital intelectual en las entidades financieras de Ocaña, Norte de Santander. [En línea]. Edit. UFPSO. Ocaña, 2014. [Citado el 17-Agosto-2014]. Disponible en internet: [repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/handle/123456789/230](http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/handle/123456789/230)

**2.2.1 Teoría estándar del capital intelectual.** Según (Andriessen, 2000; Vietma, 2002), las características esenciales de la teoría estándar del capital intelectual son:

La perspectiva contable o el intento de justificar la diferencia entre el valor del mercado y el valor contable. El modelo Balanced Score Card no participa en esta perspectiva contable ya que presenta una perspectiva estratégica.

La descomposición del capital intelectual en sus elementos componentes, que suelen ser el capital humano, el estructural y el organizacional. Esta división suele ser artificial, según lo demuestra el funcionamiento cotidiano de las empresas, ya que en los procesos de creación de valor actúan conjuntamente.

El establecimiento de relaciones causa- efecto entre los elementos del capital intelectual y los objetivos estratégicos y financieros. Estas relaciones son difíciles de establecer dada la división artificial de los activos intangibles de los modelos.

La reducción del capital intelectual a los medios intelectuales de producción sin tener en consideración otros intangibles no intelectuales tales como los valores, la cultura organizativa, etc. Modelos como el intangible Assets Monitor, Balanced Score Card o el Navegador de Skandia no han considerado como activos intangibles más que los activos intelectuales o de conocimiento.

El uso de los mismos modelos y metodología para la gestión que (tienen como usuarios a los gestores internos y para la generación de informes tienen como usuarios a los stakeholders), cuando las dos funciones tienen como propósitos diferentes y diferentes usuarios finales (con excepción del modelo Balanced Score Card concebido como una herramienta exclusiva de gestión).

Intentar tratar los activos intangibles como si fueran activos tangibles.

Ciertas modificaciones de la teoría estándar del capital intelectual han dado lugar a nuevos modelos de capital intelectual en los últimos años. Se refiere a dos modelos cuya aplicación práctica es notable especialmente en pequeñas y medianas empresas<sup>13</sup>.

El capital intelectual es capital no financiero y revela la diferencia entre el valor de mercado y el valor en libros.

El capital intelectual es una partida del pasivo, no del activo ya que teóricamente se toma prestado ese conocimiento de los clientes, los empleados, etc.

---

<sup>13</sup> SORET, Ignacio. Modelo de medición de conocimiento y generación de ventas competitivas sostenibles en el ámbito de la iniciativa "respuesta eficiente al consumidor". [En línea]. Edit. ESIC. Madrid, 2008. Pag. 10. [Citado el 17-Agosto-2014]. Disponible en: <https://books.google.com.co/books?isbn=8473565606>

En lo que respecta a Colombia, la falta de conocimiento del capital intelectual ha hecho que los estudios realizados sean de forma general y poco profunda en este tema.

Es así como (Castellanos Valero, 2010), afirma que el capital Intelectual es un tema de interés creciente para las empresas que obtienen sus ganancias de la innovación y el conocimiento<sup>14</sup>. El valor de estas empresas está en sus activos intangibles intelectuales y en la habilidad para convertir estos activos en ganancias y además debe considerarse un modelo de medición para conocer el valor real del capital intelectual de las organizaciones para ser incluido posteriormente en los estados financieros.

Por su parte, (Arango Serna, 2008), en su proyecto Propuestas del modelo de gestión de capital intelectual señala que: los activos intangibles son los que gracias a su intensidad en conocimiento, se convierten en activos escasos, valiosos, difícilmente imitables por terceros, y por tanto idóneos para generar ventajas competitivas perdurables en el tiempo. Conforme ha aumentado la diferencia entre el valor bursátil y el valor contable de la empresa, otros sectores (aparte del empresarial) se han interesado por el estudio de los activos intangibles<sup>15</sup>.

En este sentido; la norma internacional define el activo intangible o inmaterial como:

“aquél 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 con la administración de la entidad” (NIC 38). Las características que ha de cumplir dicho activo son tres: la identificabilidad -con el fin de poderlo distinguir claramente del fondo de comercio-, el control por parte de la empresa -para poder restringir el acceso de terceras personas- y la generación de beneficios económicos futuros -que incluyen los ingresos procedentes de la venta de productos o servicios, los ahorros de coste y otros rendimientos que se deriven del uso del activo por parte de la empresa<sup>16</sup>.

Tal como indicó Lev, citado por García Parra, “La riqueza y el crecimiento en la economía de hoy en día vienen determinados principalmente por los activos intangibles. Los activos materiales y financieros se están convirtiendo en commodities, ofreciendo en el mejor de los casos una mediana rentabilidad. Se presenta una discusión sobre las deficiencias informativas que aparecen como resultado de las limitaciones de los sistemas de contabilidad tradicionales para reflejar el valor y el rendimiento de los activos

---

<sup>14</sup> CASTELLANOS, German. Evolución de la medición y gestión del capital intelectual en una empresa del sector real en Colombia. [En línea]. Edit. Universidad Icesi. Cali, 2010. [Citado el 12-Agosto-2014]. Disponible en: [https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/item/5440/1/Evolucion\\_Capital\\_sector\\_real.pdf](https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/5440/1/Evolucion_Capital_sector_real.pdf)

<sup>15</sup> ARANGO, Martín. Propuesta de modelos de gestión de capital intelectual. [En línea]. Edit. Udea. Medellín, 2008. [Citado el 14-Agosto-2014]. Disponible en: [aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/cont/article/.../2166/1760](http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/cont/article/.../2166/1760)

<sup>16</sup> NORMA INTERNACIONAL DE CONTABILIDAD. NIC 38. [En línea]. 1998. [Citado el 28-Septiembre-2014]. Disponible en internet: <http://www.facpce.org.ar:8080/miniportal/archivos/nic/NIC38.pdf>

intangibles”<sup>17</sup>. En éste sentido; para (Carrión, 2007) el navegador Skandia es un modelo economicista de carácter tradicional, únicamente se utiliza el capital financiero como pilar desde el cual medir y valorar los activos de una empresa. El enfoque de Skandia parte de que el valor de mercado de la empresa está integrado por el -capital financiero y el capital intelectual<sup>18</sup>.

El capital tiene varias acepciones. En el mundo financiero y de los negocios, se suele interpretar que:

El capital de un individuo esta constituidos por el total de sus bienes líquidos (saldo en cuentas bancarias, depósitos, acciones, bonos, metales preciosos, etc.) y de sus inversiones (préstamos, inmuebles, muebles, obra de arte, etc.), menos el total de sus deudas y obligaciones (hipotecas, préstamos recibidos, avales o garantías otorgadas, etc.)

El capital de una empresa está constituido por el total de sus fondos propios (representados por el total de sus acciones emitidas, las reservas y los beneficios no distribuidos). Contablemente, se mide por el exceso de los activos frente a todos los demás pasivos. Se dice los demás pasivos porque en el balance de una empresa, el capital aparece como un pasivo más, ya que se considera como una deuda u obligación que la empresa ha contraído con sus accionistas. Además, si no fuera así el balance no estaría balanceado.

Skandia sin embargo propuso el “esquema Skandia de valor” donde se muestra que el capital intelectual está conformado por:

**1) Capital humano:** Se refiere al conocimiento (explícito o tácito) útil para la empresa que poseen las personas y equipos, así como su capacidad para regenerarlo (capacidad para aprender). El capital humano es la base de los otros dos tipos de capital intelectual y no es propiedad de la empresa.

**2) Capital estructural:** es el conocimiento que la organización consigue explicitar, sistematizar e interiorizar, que en un principio puede estar latente en las personas y equipos de la empresa. Quedan incluidos todos aquellos conocimientos estructurados de los que dependen la eficacia y eficiencia interna de la organización: los sistemas de información y comunicación, la tecnología disponible, los procesos de trabajo, las patentes, los sistemas de gestión; el capital estructural si es propiedad de la empresa. El capital estructural según PHILLIP KOTLER, se divide en:

---

<sup>17</sup>SALLAN, S.M. La evolución del capital intelectual y las nuevas corrientes. [En línea]. Edit. Intangible Cpaital. 2006. [Citado el 28-sep-2014]. Disponible en: [https://scholar.google.es/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=es&user=UyBUWqYAAAAJ&citation\\_for\\_view=UyBUWqYAAAAJ:d1gkVwhDpl0C](https://scholar.google.es/citations?view_op=view_citation&hl=es&user=UyBUWqYAAAAJ&citation_for_view=UyBUWqYAAAAJ:d1gkVwhDpl0C)

<sup>18</sup> CARRIÓN M. Juan. Estrategia: de la visión a la acción. [En línea]. Edit. ESIC. Madrid, 2007. [Citado el 28-Sep-2014]. Disponible en: [http://books.google.com.co/books?id=8\\_PwIoGOa6QC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.co/books?id=8_PwIoGOa6QC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Capital de cliente: Es la suma de los valores de vida de todos los clientes de una empresa, es evidente que en cuanto más leales sean los clientes, mayor será el capital del cliente de una empresa.

Capital organizativo, es decir, todo aquello que permanece cuando los empleados no están en la empresa, sistemas de información, bases de datos, software de tecnologías de información, etc. El capital organizativo puede descomponerse en capital de procesos (procesos que crean valor y procesos que no crean valor), cultura y valor de innovación (derechos intangibles, marcas, patentes, recetas de conocimiento y secretos empresariales)<sup>19</sup>.

Finalmente, la importancia del capital intelectual y su medición y valoración en las empresas radica en el valor agregado que representa y en el logro de una ventaja competitiva sostenible, por tal motivo, es fundamental conocer de forma teórica el capital humano que poseen los empleados de las organizaciones. Para esto es necesario mencionar algunas teorías que soportan el capital intelectual:

**2.2.2 Teoría del Capital Humano.** El poder incrementar la productividad y el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad es la razón principal de que la teoría del Capital Humano afirma que destinar recursos monetarios a la capacitación es una inversión, ya que si se educa a las personas, éstas, estarán en mayor posibilidad de contribuir con un mejor desempeño en su quehacer laboral, dado que el sujeto ha incrementado su capacidad productiva con la educación.

La teoría del Capital Humano formula dos acepciones para el término “Formación”; la general y la específica. Cada una de ellas, dirigida a los individuos para que estos se empoderen de conocimientos y destrezas. Sin embargo, se adquieren en diferentes momentos y de diferentes fuentes.

La formación general es adquirida en el momento en que el individuo entra en la etapa como estudiante y recibe algún tipo de instrucción básica, ya sea por sus propios recursos o por el gobierno, a través de una dependencia pública resultado de una política social. En este tipo de formación las empresas no intervienen ya que consideran que al término de sus estudios no hay la seguridad de que el estudiante ya formado se incorpore a sus filas laborales en donde aplique los conocimientos adquiridos.

Por otra parte, la formación específica ocurre en el momento en que el individuo comparte una relación como trabajador con una empresa, sea ésta de producción o de servicio. Así mismo, es la empresa la que brinda la educación asumiendo que al incrementar el nivel de formación del trabajador éste no sólo obtendrá beneficios y satisfacciones con la instrucción recibida, sino que además incrementará su capacidad productiva. Expuesto lo

---

<sup>19</sup> PHILIP Kotler. Dirección de Marketing. 2006

anterior, el empresario puede sufragar toda la financiación o en algunos casos compartirla con el trabajador, reduciendo su salario mientras dura la formación<sup>20</sup>.

**2.2.3 Teoría del conocimiento y la globalización:** la teoría del conocimiento y su consideración con un capital de la organización es nueva y supone una etapa, en la que ya no se habla de activos físico, que no sirven para mucho, sino tenemos el capital intelectual idóneo en nuestras organizaciones. Algunas organizaciones han incorporado la figura del activador del conocimiento. Esa responsabilidad la podríamos definir como una persona, grupo o departamento que tiene como responsabilidad principal la coordinación del conocimiento<sup>21</sup>.

**2.2.4 Teoría del valor.** Para Smith, la teoría del valor es aquella que permite explicar las reglas que observan naturalmente los hombres al intercambiar los bienes, ya por moneda, ya entre ellos mismos. Estas reglas determinan lo que puede llamarse el valor relativo o de intercambiabilidad de los bienes. Continúa Smith con su famoso párrafo: La palabra VALOR, hay que observar, tiene dos sentidos diferentes: algunas veces expresa la utilidad de algún objeto particular, y otras, el poder de comprar otros bienes que la posesión del objeto comporta. El uno puede denominarse “valor de uso”; el otro, “valor en cambio”.

Añade a continuación el principio de no concordancia entre valor en uso y valor en cambio, ilustrándolo con la famosa paradoja del agua y los diamantes: No hay nada más útil que el agua, pero no nos permitirá comprar prácticamente nada, prácticamente nada se puede conseguir a cambio. Un diamante, por contra tiene valor en uso, pero muy a menudo permite obtener a cambio de él una gran cantidad de otros bienes.

Con esta base de partida anuncia:

Al objeto de investigar los principios que regulan el valor de intercambiabilidad de las mercancías, se intenta descubrir: primero, cuál es la medida real de este valor de intercambiabilidad o en que consiste el precio real de todas las mercancías; segundo, cuáles son las diferentes partes de la que se compone o está formado este precio real. Y finalmente, cuáles son las diferentes circunstancias que, a veces, elevan algunas o todas esas partes diferentes del precio, y otras, las hunden por debajo de su tasa natural u ordinaria; o cuáles son las causas que, en ocasiones, impiden que el precio del mercado, es

---

<sup>20</sup>Universidad autónoma. La teoría del capital humano y las competencias de la educación. [En línea]. 2009. [Citado el 28-Sep-2014]. Disponible en: <http://www.clubensayos.com/Negocios/Teoria-Del-Capital-Humano/1059497.html>

<sup>21</sup> LIRA, Eduardo. Triunfar vendiendo a los líderes de la distribución mundial. [En línea]. Edit. ESIC. España 2001. [Citado el 28-Sep-2014]. Disponible en: <https://books.google.com.co/books?id=vKigm1XP-QEC&pg=PA76&lpg=PA76&dq=Triunfar+vendiendo+a+los+1%C3%ADderes+de+la+distribuci%C3%B3n+mundial&source=bl&ots=hg0U64m6pd&sig=W8wKag2jyoeQmt4LfaiAK5ypGJg&hl=es-419&sa=X&ei=NA7NVIuSComegwTt4DACQ&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=Triunfar%20vendiendo%20a%20los%201%C3%ADderes%20de%20la%20distribuci%C3%B3n%20mundial&f=false>



decir, el precio efectivo de las mercancías, coincida exactamente con el que puede denominarse su precio natural.

Así, se tiene la constelación conceptual básica de Smith, consistente en tres dicotomías. La primera: valor en uso, de carácter subjetivo, frente a valor en cambio que expresa la capacidad (objetiva) de compra de otros bienes. La segunda: precio real partiendo de una medida inalterable versus precio nominal sobre la base de la moneda. Y la tercera: precio de mercado o precio efectivo frente a precio natural, entendiendo por precio la manifestación del valor en cambio, valor relativo o valor de intercambiabilidad, términos empleados por Smith como sinónimos en sentido amplio.

El cuadro conceptual se completa cuando Smith intenta descubrir la anunciada medida y composición del valor en cambio, es decir, cómo se forman los precios:

Debe tenerse en cuenta que el valor real de los diferentes componentes del precio se mide por la calidad del trabajo que puede, cada uno de ellos, comprar o disponer. El trabajo mide no solo aquella parte del precio que se reduce a trabajo, sino también aquella que se convierte en renta y la que se reduce a beneficio.

En las sociedades primitivas, sin capital fijo ni derechos de propiedad, el trabajo adquirible coincidirá con la cantidad de trabajo incorporado:

La cantidad de trabajo comúnmente empleada para adquirir o producir cualquier mercancía es la única circunstancia que puede regular la cantidad de trabajo que, con esta mercancía, comúnmente, debería poderse comprar, disponer o intercambiar.

Cuando la sociedad se desarrolla y utiliza el capital fijo, y establece derechos de propiedad privada sobre la tierra, para Smith no hay correspondencia entre el precio y la cantidad de trabajo incorporado. En este caso deben medirse los tres componentes (salarios, renta y beneficios, esto es, las ganancias del empresario- capitalista) mediante el trabajo adquirible<sup>22</sup>.

**2.2.5 Teoría del Comportamiento.** Los administradores hacen las cosas trabajando con personas. Esta frase, con frecuencia pronunciada por los diversos autores de la teoría del comportamiento, ayuda a explicar por qué algunos investigadores y escritores, deciden analizar la administración haciendo un especial hincapié en el comportamiento humano.

MARY PARKER FOLLET; Una de las primeras escritoras en plantear (a principios del siglo XX) que las organizaciones podían ser vistas desde la perspectiva del comportamiento individual y grupal dentro de las teorías de las relaciones humanas fue Mary Parker Follet.

---

<sup>22</sup> BARBÉ. Lluís. Curso de introducción a la economía. Barcelona. [En línea]. Edit. Labor S.A. Escolles Pies. 1993. Pág. 119-121. [Citado el 29-Sep-2014]. Disponible en: [http://books.google.com.co/books?id=wLyE0MeNWK4C&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.co/books?id=wLyE0MeNWK4C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Follet afirmaba que las organizaciones deben basarse más en una ética grupal que en una individual. “El potencial individual, decía Follet, se mantiene así, como potencial, hasta que se expresa a través de la asociación grupal”.

ELTON MAYO; Sin duda la más importante contribución al enfoque conductual de la administración surgió de los estudios que se llevaron a cabo en la Hawthorne Works de la Western Electric Company entre 1927 y 1932. Elton Mayo y un equipo de investigación de Harvard iniciaron en 1927 la fase preliminar del estudio en la sala de fabricación de relés, Los estudios de Hawthorne permitieron comprobar científicamente el punto de vista de muchos estudiosos de las organizaciones. Los primeros partidarios de las relaciones humanas sacaron a la luz el concepto de organización como sistema social de individuos, grupos informales, interrelación entre grupos y estructura formal<sup>23</sup>.

**2.2.6 Teoría de la Motivación de los Empleados.** La investigación sobre la motivación se centra básicamente en descubrir los porqués de la conducta humana. Antes de que la psicología apareciera como ciencia, los filósofos y teólogos ya elaboraban teorías acerca de los motivos que llevaban a una persona a comportarse en una situación determinada de una manera y no de otra.

Algunas de las teorías más conocidas sobre la motivación humana se desarrollaron a mediados del siglo pasado pero sus efectos han llegado hasta la actualidad:

Maslow publicó en 1954 el resultado de sus investigaciones. Su teoría de la Pirámide se basa en una jerarquía de las necesidades que las personas necesitamos cubrir. Esta teoría se ha visto popularizada a raíz de la aparición de un anuncio publicitario de una conocida marca de carburantes.

McClelland redujo a tres estas necesidades: necesidad de pertenencia o afiliación, necesidad de realización o logro y necesidad de poder o control.

Holland, por su parte, catalogó seis tipos de personalidad (realista, intelectual, social, conformista, dominante y estética) y los relacionó con los intereses profesionales predominantes para cada tipo.

La publicación del libro de **Daniel Goleman** “La Inteligencia Emocional” ha revitalizado el estudio de la motivación. Para Goleman la capacidad de motivarse a uno mismo es una

---

<sup>23</sup> GARCIA, Concepción. Documento de apoyo. Teorías de la administración. [En línea] pág. 6.[Citado el 29-Sep-2014]. Disponible en: [http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20ADMINISTRATIVAS%20Y%20ECON%20MICAS/CARRERA%20DE%20CONTABILIDAD%20Y%20AUDITOR%20DA/03/Administraci%C3%B3n%20I/CONCEPCI%C3%93N%20GARC%20DA\\_TEORIA%20ADMINISTRACION.PDF](http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20ADMINISTRATIVAS%20Y%20ECON%20MICAS/CARRERA%20DE%20CONTABILIDAD%20Y%20AUDITOR%20DA/03/Administraci%C3%B3n%20I/CONCEPCI%C3%93N%20GARC%20DA_TEORIA%20ADMINISTRACION.PDF)

de las cinco competencias que forman la IE (Inteligencia Emocional). Las personas que dominan esta competencia suelen ser más productivas y eficaces en todo lo que hacen<sup>24</sup>.

**2.2.7 Teoría de las Competencias, Gestión Humana.** Antes de abordar el tema, es necesario conceptualizar la gestión humana desde una perspectiva estratégica, ya que es esta concepción es la que le da sentido y la que permite a la teoría de Competencias agregar valor a los procesos de gestión humana en la organización.

La diferencia entre una visión funcionalista y una visión estratégica de la gestión humana es fundamentalmente que en la primera, las actividades tradicionales de esta área (diseño de cargos, selección, gestión del desempeño, administración de la compensación, capacitación y desarrollo, entre otros) son fines en sí mismas, es decir, se llevan a cabo en forma independiente, cada una tiene un propósito pero no existe conectividad ni interrelación unas con otras, cada uno logra (cuando lo hace) cumplir responsabilidades que en la práctica no agregan valor y en muchos casos no tiene ninguna relación con los objetivos organizacionales; por ejemplo, cuando en una organización el área de capacitación considera que su función fundamental es promover y ejecutar programas de capacitación en sí mismos, es decir, sin obedecer a un plan estratégico, no se define cuál es la contribución de estos al desarrollo de las personas y del negocio, no se relacionan con las necesidades específicas de las otras áreas, no se establecen indicadores de gestión que permitan evaluar su contribución, en fin a la postre, no es posible determinar su beneficio, lo que sí es fácil apreciar es el presupuesto ejecutado, que en esta perspectiva no va más allá de considerarse como un "gasto" que es preciso eliminar o en el mejor de los casos reducir.

Contrastando con la concepción anterior, tenemos la visión estratégica la cual parte de concebir la gestión humana como un subsistema de la organización que interactúa con los demás subsistemas (Producción, Mercadeo, Finanzas etc.), recibe estímulos del entorno tanto interno como externo de la organización determinando su funcionamiento y que como todo sistema requiere de insumos, de ejecutar procesos y generar productos; con esta perspectiva sus procesos estarán alineados a la misión y visión organizacionales como el norte que guía los procedimientos organizacionales. Desde este punto de vista es claro entender que la gestión humana se constituye el medio por excelencia de ayudar a la organización y a las demás áreas a cumplir con sus propósitos, a través de sus diferentes procesos: diseño de cargos, selección, capacitación y desarrollo y gestión del desempeño entre otros.

Concibiendo la gestión humana como un medio y no como un fin en sí misma, como ya se ha analizado anteriormente, se hace necesario determinar una metodología de gestión que haga posible este propósito y es desde esta perspectiva que la gestión por competencias

---

<sup>24</sup> MICROSOFT. [En línea] Artículos y Recursos Empresariales. [En línea]. 2011. [Citado el: 26 de 08 de 2013.]. Disponible en : <http://www.microsoft.com/business/es-es/content/paginas/article.aspx?cbcid=266>.

cobra su mayor importancia, al fin y al cabo la fuerza y la competitividad de una organización están hoy en día depositadas en sus personas<sup>25</sup>.

De acuerdo a la norma internacional, la NIC 38 cataloga el capital intelectual dentro de los activos intangibles de la siguiente manera:

**2.2. 8. Activos intangibles:** Con frecuencia, las entidades emplean recursos, o incurren en pasivos, en la adquisición, desarrollo, mantenimiento o mejora de recursos intangibles tales como el conocimiento científico o tecnológico, el diseño e implementación de nuevos procesos o nuevos sistemas, las licencias o concesiones, la propiedad intelectual, los conocimientos comerciales o marcas (incluyendo denominaciones comerciales y derechos editoriales). Otros ejemplos comunes de partidas que están comprendidas en esta amplia denominación son los programas informáticos, las patentes, los derechos de autor, las películas, las listas de clientes, los derechos por servicios hipotecarios, las licencias de pesca, las cuotas de importación, las franquicias, las relaciones comerciales con clientes o proveedores, la lealtad de los clientes, las cuotas de mercado y los derechos de comercialización.

No todos los activos descritos anteriormente cumplen la definición de activo intangible, esto es, identificabilidad, control sobre el recurso en cuestión y existencia de beneficios económicos futuros. Si un elemento incluido en el alcance de esta Norma no cumpliera la definición de activo intangible, el importe derivado de su adquisición o de su generación interna, por parte de la entidad, se reconocerá como un gasto del ejercicio en el que se haya incurrido. No obstante, si el elemento se hubiese adquirido dentro de una combinación de negocios, formará parte del fondo de comercio reconocido en la fecha de adquisición.

**2.2.8.1 Identificabilidad:** La definición de un activo intangible exige que el mismo sea perfectamente identificable, con el fin de poderlo distinguir claramente del fondo de comercio. El fondo de comercio surgido en una combinación de negocios, representa un pago realizado por la entidad adquirente anticipando beneficios económicos futuros por activos que no ha sido capaz de identificar de forma individual ni, por tanto, de reconocer por separado. Estos beneficios económicos futuros pueden tener su origen en la sinergia que se produce entre los activos identificables adquiridos o bien proceder de activos que, por separado, no cumplan las condiciones para su reconocimiento en los estados financieros, pero por los que la entidad adquirente está dispuesta a pagar cuando realiza la combinación de negocios.

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

---

<sup>25</sup> GALEANO, Mery. Teoría de Competencias-Gestión Humana Basada en Competencias. [En línea]. Edit. Área R.H.com. 2007. [Citado el: 26- agosto-2014.] Disponible en: <http://www.areasrh.com/rrhh/Teoriadecompetencias.htm>.

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.

**2.2.8.2 Control:** 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.

Una entidad puede poseer un equipo de personas capacitadas, de manera que pueda identificar posibilidades de mejorar su nivel de competencia mediante la mejora de su formación especializada, lo que producirá beneficios económicos en el futuro. La entidad puede también esperar que su plantilla continúe prestando sus servicios dentro de la entidad. No obstante, y con carácter general, la entidad 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 activo intangible. Por razones similares, es improbable que las habilidades técnicas o de dirección, de carácter específico, cumplan con la definición de activo intangible, a menos que estén protegidas por derechos legales para ser utilizadas y alcanzar los beneficios económicos que se espera de ellas, y además cumplan el resto de condiciones de la definición de activo intangible.

**El fondo de comercio generado internamente no se reconocerá como un activo.**

En algunos casos, se incurre en desembolsos para generar beneficios económicos futuros, sin que por ello se genere un activo intangible que cumpla con los criterios de reconocimiento establecidos en esta Norma. A menudo, se dice que estos desembolsos contribuyen a formar un fondo de comercio generado internamente.

Este fondo de comercio generado por la propia entidad no se reconocerá como un activo porque no constituye un recurso identificable (es decir, no es separable ni surge de derechos contractuales o derechos legales de otro tipo), controlado por la entidad, que pueda ser valorado de forma fiable por su coste.

Las diferencias existentes, en un momento determinado, entre el valor de mercado de la entidad y el importe en libros de sus activos netos identificables, pueden captar una amplia variedad de factores que afectan al valor de la entidad en su conjunto. Sin embargo, no se puede considerar que estas diferencias representen el coste de activos intangibles controlados por la entidad. Otros activos intangibles generados internamente.

En ocasiones, es difícil evaluar si un activo intangible generado internamente cumple los criterios para su reconocimiento como activo, a consecuencia de los problemas para:

- a.** Determinar si, y en qué momento, surge un activo identificable del que se vaya a derivar, de forma probable, la generación de beneficios económicos en el futuro;
- b.** Establecer el coste del activo de forma fiable. En ciertos casos, el coste de generar un activo intangible internamente no puede distinguirse del coste de mantener o mejorar el fondo de comercio generado internamente, ni tampoco del coste que supone llevar a cabo día a día las actividades de la entidad. Por tanto, además de cumplir con los requisitos para el reconocimiento y valoración inicial de un activo intangible, la entidad aplicará las condiciones y directrices establecidas, para todos los activos generados de forma interna.

Para evaluar si un activo intangible generado internamente cumple los criterios para su reconocimiento, la entidad clasificará la generación del activo en:

- a.** La fase de investigación; y
- b.** La fase de desarrollo.

Si la entidad no fuera capaz de distinguir la fase de investigación de la fase de desarrollo en un proyecto interno para crear un activo intangible, tratará los desembolsos que ocasionen ese proyecto como si hubiesen sido soportados sólo en la fase de investigación.

**2.2.8.3 Fase de investigación:** No se reconocerán activos intangibles surgidos de la investigación (o de la fase de investigación en proyectos internos). Los desembolsos por investigación (o en la fase de investigación, en el caso de proyectos internos), se reconocerán como gastos del ejercicio en el que se incurran.

En la fase de investigación de un proyecto interno, la entidad no puede demostrar que exista un activo intangible que pueda generar probables beneficios económicos en el futuro. Por lo tanto, los desembolsos correspondientes se reconocerán como gastos en el momento en que se produzcan.

Son ejemplos de actividades de investigación:

- a.** Actividades dirigidas a obtener nuevos conocimientos;
- b.** La búsqueda, evaluación y selección final de aplicaciones de resultados de la investigación u otro tipo de conocimientos;
- c.** La búsqueda de alternativas para materiales, aparatos, productos, procesos, sistemas o servicios; y
- d.** La formulación, diseño, evaluación y selección final, de posibles alternativas para materiales, dispositivos, productos, procesos, sistemas o servicios que sean nuevos o se hayan mejorado.

**2.2.8.4 Fase de desarrollo:** Un activo intangible surgido del desarrollo (o de la fase de desarrollo en un proyecto interno), se reconocerá como tal si, y sólo si, la entidad puede demostrar todos los extremos siguientes:

- a.** Técnicamente, es posible completar la producción del activo intangible de forma que pueda estar disponible para su utilización o su venta.
- b.** Su intención de completar el activo intangible en cuestión, para usarlo o venderlo.
- c.** Su capacidad para utilizar o vender el activo intangible.
- d.** La forma en que el activo intangible vaya a generar probables beneficios económicos en el futuro. Entre otras cosas, la entidad puede demostrar la existencia de un mercado para la producción que genere el activo intangible o para el activo en sí, o bien, en el caso de que vaya a ser utilizado internamente, la utilidad del mismo para la entidad.
- e.** La disponibilidad de los adecuados recursos técnicos, financieros o de otro tipo, para completar el desarrollo y para utilizar o vender el activo intangible.
- f.** Su capacidad para valorar, de forma fiable, el desembolso atribuible al activo intangible durante su desarrollo.

En la fase de desarrollo de un proyecto interno, la entidad puede, en algunos casos, identificar un activo intangible y demostrar que el mismo puede generar probables beneficios económicos en el futuro. Esto se debe a que la fase de desarrollo en un proyecto cubre etapas más avanzadas que la fase de investigación.

Son ejemplos de actividades de desarrollo:

- a.** El diseño, construcción y prueba, anterior a la producción o utilización, de modelos y prototipos;
- b.** El diseño de herramientas, troqueles, moldes y plantillas que impliquen tecnología nueva;
- c.** El diseño, construcción y explotación de una planta piloto que no tenga una escala económicamente rentable para la producción comercial; y
- d.** El diseño, construcción y prueba de una alternativa elegida para materiales, dispositivos, productos, procesos, sistemas o servicios que sean nuevos o se hayan mejorado.

Para demostrar si un activo intangible puede generar probables beneficios económicos futuros, la entidad evaluará los rendimientos económicos que se recibirán del mismo, utilizando los principios establecidos en la NIC 36 Deterioro del valor de los activos. Si el activo sólo generase rendimientos cuando actúe en combinación con otros activos, la entidad aplicará el concepto de unidad generadora de efectivo, establecido en la NIC 36.

La disponibilidad de recursos para completar, utilizar y obtener beneficios procedentes de un activo intangible puede ser demostrada, por ejemplo, mediante la existencia de un plan de negocio que ponga de manifiesto los recursos técnicos, financieros o de otro tipo, necesarios, así como la capacidad de la entidad para proveerse de tales recursos. En ciertos casos, la entidad demostrará la disponibilidad de la financiación externa, a través de la obtención de una indicación del prestamista sobre su voluntad para financiar el plan presentado.

Con frecuencia, el sistema de costes de la entidad puede valorar de forma fiable los costes que conlleva la generación interna de un activo intangible, tales como los sueldos y otros desembolsos en los que se incurre para asegurar los derechos de la propiedad intelectual o las licencias, o bien para desarrollar programas informáticos.

No se reconocerán como activos intangibles las marcas, las cabeceras de periódicos o revistas, los sellos o denominaciones editoriales, las listas de clientes u otras partidas similares que se hayan generado internamente.

Los desembolsos incurridos para la generación interna de marcas, cabeceras de periódicos, sellos o denominaciones editoriales, listas de clientes u otras partidas similares, no pueden distinguirse del coste de desarrollar la actividad empresarial en su conjunto. Por lo tanto, estas partidas no se reconocerán como activos intangibles<sup>26</sup>.

### **2.2.9 Como conocer el valor real de una empresa.**

#### **Determinación del Valor del GOOD-WILL.**

Según el autor Álvarez Gómez, Gonzalo, basado en el libro fundamentos de administración financiera, Para calcular el valor del intangible Good-Will debe hacerse una proyección de los flujos de caja sin tener en cuenta las cargas financieras y la amortización de la deuda durante un plazo justo; dicha proyección se puede definir con base en criterios como avances tecnológicos, grado de deterioro de los activos productivos, la posibilidad de aparición de productos sustitutos, etc<sup>27</sup>.

Todas las proyecciones deben realizarse a precios corrientes; es decir, teniendo en cuenta aspectos como la inflación, devaluación y aumento o disminución en el número de unidades para producir y vender.

#### **GOOD-WILL**

Para el cálculo del Good-Will, se utiliza la fórmula del valor presente del interés compuesto, así:

$$VF = VP (1+i)^n \text{ de donde } VP = VF / (1+i)^n$$

#### **FORMULA:**

$$\text{VALOR DE LA EMPRESA} = \text{ACTIVO NETO} + \text{GOOD-WILL}$$

---

<sup>26</sup> NORMA INTERNACIONAL DE CONTABILIDAD. NIC 38. [En línea]. 1998. [Citado el 28-Septiembre-2014]. Disponible en : <http://www.facpce.org.ar:8080/miniportal/archivos/nic/NIC38.pdf>

<sup>27</sup> PHILIPPATOS George C. Fundamentos de Administración Financiera. México: 1979 McGraw Hill. Pág: .357-374.



## 2.3 MARCO CONCEPTUAL

La norma internacional define el activo intangible o inmaterial como:

“aquél 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 con la administración de la entidad”.

**El navegador Skandia:** es un modelo economicista de carácter tradicional, únicamente se utiliza el capital financiero como pilar desde el cual medir y valorar los activos de una empresa. El enfoque de Skandia parte de que el valor de mercado de la empresa está integrado por el capital financiero y el capital intelectual.

**Conocimiento:** Es un conjunto integrado por información, reglas, interpretaciones y conexiones puestas dentro de un contexto y de una experiencia, que ha sucedido dentro de una organización, bien de una forma general o personal. El conocimiento solo puede residir dentro de un conocedor, una persona determinada que lo interioriza racional o irracionalmente<sup>28</sup>.

**Gerencia del conocimiento:** Es el proceso de administrar continuamente conocimiento de todo tipo para satisfacer necesidades presentes y futuras, para identificar y explotar recursos de conocimiento tanto existentes como adquiridos y para desarrollar nuevas oportunidades<sup>29</sup>.

**Control de Gestión:** Engloba, además de la contabilidad de gestión, otras herramientas para la gestión de las organizaciones; como pueden ser la planificación, la alineación y la implementación de la estrategia, el control, los sistemas de incentivos y la toma de decisiones correctoras<sup>30</sup>.

---

<sup>28</sup> PARALTA A. Gilberto. De la filosofía de la calidad al sistema de mejora continua, 37 actividades para realizarlas en su negocio. [En línea]. Edit. Panorama. Mexico, 2002. [Citado el 29-Oct-2014]. Disponible en : <https://books.google.com.co/books?id=mkP74KCL9p8C&pg=PA9&lpg=PA9&dq=la+filosof%C3%ADa+de+la+calidad+al+sistema+de+mejora+continua,+37+actividades+para+realizarlas+en+su+negocio.&source=bl&ots=OT0IKFdQww&sig=L6UkidoryqdiKyZkPCWIjqWisz8&hl=es-419&sa=X&ei=bhfNVJ-4EYGGgwSV-YKQBA&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=la%20filosof%C3%ADa%20de%20la%20calidad%20al%20sistema%20de%20mejora%20continua%2C%2037%20actividades%20para%20realizarlas%20en%20su%20negocio.&f=false>

<sup>29</sup> Vega, Gaston. La era de la eco-evolucion del conocimiento y el mundo inteligente. [En línea]. Edit. Kindle. 2008. [Citado el 28-Sep-2014]. Disponible en: [http://www.amazon.com/mundo-inteligente-co-evoluci%C3%B3n-conocimiento-conciencia-ebook/dp/B007HPFKPG/ref=la\\_B007IBNOPC\\_1\\_1/185-1691135-7448456?s=books&ie=UTF8&qid=1422727523&sr=1-1](http://www.amazon.com/mundo-inteligente-co-evoluci%C3%B3n-conocimiento-conciencia-ebook/dp/B007HPFKPG/ref=la_B007IBNOPC_1_1/185-1691135-7448456?s=books&ie=UTF8&qid=1422727523&sr=1-1)

<sup>30</sup>Vv.Aa. Manual de control de gestión. [En línea]. Edit. Profit. Barcelona, 2010. [Citado el 14-October-2014]. Disponible en: [http://books.google.com.co/books?id=izHXyLR5CqgC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&ad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.co/books?id=izHXyLR5CqgC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&ad=0#v=onepage&q&f=false)

**Valor Agregado:** Es el valor de lo que cada sector agrega de suyo a las adquisiciones efectuadas en otros sectores; las ventas finales son las ventas de bienes finales (que no requieren ulteriores transformaciones), bienes de consumo a las familiar y bienes de inversión a las empresas<sup>31</sup>.

**Productividad:** Es una medida de la eficiencia económica que resulta de la relación entre los recursos utilizados y la cantidad de productos o servicios elaborados<sup>32</sup>.

**Propiedad Intelectual:** Está integrada por derechos de carácter personal y patrimonial, que atribuyen al autor la plena disposición y el derecho exclusivo a la explotación de la obra, sin más limitaciones que las establecidas en la ley, siendo, por otra parte, el principal derecho de explotación, el de divulgación y publicación de la obra<sup>33</sup>.

**Capital cliente:** Es la suma de los valores de vida de todos los clientes de una empresa, es evidente que en cuanto más leales sean los clientes, mayor será el capital del cliente de una empresa.

**Capital estructural:** es el conocimiento que la organización consigue explicitar, sistematizar e interiorizar, que en un principio puede estar latente en las personas y equipos de la empresa. Quedan incluidos todos aquellos conocimientos estructurados de los que dependen la eficacia y eficiencia interna de la organización: los sistemas de información y comunicación, la tecnología disponible, los procesos de trabajo, las patentes, los sistemas de gestión; el capital estructural si es propiedad de la empresa<sup>34</sup>.

**Capital relacional:** Engloba el valor del conjunto de relaciones que una empresa mantiene con el exterior<sup>35</sup>.

---

<sup>31</sup> RICOSSA, S. Diccionario de economía. [En Línea]. Edit. Eco-Finanzas. [Citado el 29-0ctubre-2014]. Disponible en : [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/V/VALOR\\_AGREGADO.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/V/VALOR_AGREGADO.htm)

<sup>32</sup> RODRIGUEZ, Carlos. El nuevo escenario: la cultura de calidad y productividad en las empresas. [En línea]. Edit. México, 1999. [Citado el 14-Julio-2014]. Disponible en: [http://books.google.es/books?id=IAcY7k6GKbUC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.es/books?id=IAcY7k6GKbUC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

<sup>33</sup> MADRO, Vicente. Tratado practico de propiedad intelectual.[En línea]. Edit. El derechoeditores. 2010. [Citado el 14-Julio-2014]. Disponible en: [https://books.google.com.co/books?id=7Q89n91nZXoC&pg=PA1&lpg=PA1&dq=Vicente.+Tratado+practico+de+propiedad+intelectual.&source=bl&ots=P8scOoEH0x&sig=IpIGQ2-hGvDnrQB9K8jE\\_BCycGE&hl=es-419&sa=X&ei=th\\_NVMS1OIrgwTq0IPIDg&ved=0CCYQ6AEwAg#v=onepage&q=Vicente.%20Tratado%20practico%20de%20propiedad%20intelectual.&f=false](https://books.google.com.co/books?id=7Q89n91nZXoC&pg=PA1&lpg=PA1&dq=Vicente.+Tratado+practico+de+propiedad+intelectual.&source=bl&ots=P8scOoEH0x&sig=IpIGQ2-hGvDnrQB9K8jE_BCycGE&hl=es-419&sa=X&ei=th_NVMS1OIrgwTq0IPIDg&ved=0CCYQ6AEwAg#v=onepage&q=Vicente.%20Tratado%20practico%20de%20propiedad%20intelectual.&f=false)

<sup>34</sup> PHILIP, Kotler. Dirección de Marketing. [En línea]. Edit. Pearson marketing. México, 2006. [Citado el 18-Julio-2104]. Disponible en: <https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=CoHT8SmJVDQC&oi=fnd&pg=PR29&dq=Direcci%C3%B3n+de+Marketing.&ots=I4tGXrCI0q&sig=t71iuM6HF8ENfjIBMDd9ZQmsQv0#v=onepage&q=Direcci%C3%B3n%20de%20Marketing.&f=false>

<sup>35</sup> IGLESIAS, Carlos. Capital humano como fuente de ventajas competitivas. [En línea]. Edit. gesbiblo. España, 2005. [Citado el 12-Julio-21014]. Disponible en : [http://books.google.com.co/books?id=aW-JZVEfDIEC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.co/books?id=aW-JZVEfDIEC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

**Capital humano:** Se refiere al conocimiento (explícito o tácito) útil para la empresa que poseen las personas y equipos, así como su capacidad para regenerarlo (capacidad para aprender). El capital humano es la base de los otros dos tipos de capital intelectual y no es propiedad de la empresa.

**Servicio:** Actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en venta o que se dan unidos a la venta de algunos productos.

**Empresa:** Es un conjunto de factores humanos, materiales, financieros y técnicos organizados e impulsados por la dirección, con el fin de alcanzar unos objetivos acordes con la finalidad asignada de forma previa ya sea comercial, industrial, entre otras.

**Organización:** es un sistema de actividades o fuerzas conscientemente coordinadas entre dos o más personas para un fin específico.

**Asociación:** Toda pluralidad de personas vinculadas jurídicamente para un fin común no lucrativo.

**Administración:** Es una función relacionada con la organización y operación del proceso de producción con el fin de lograr metas específicas<sup>36</sup>.

## 2.4 MARCO CONTEXTUAL

El capital intelectual se convierte en un factor clave y su medición tiene cada vez más relevancia en el mundo empresarial. Por tal motivo, la presente investigación se llevará a cabo en la empresa ASUCAP SAN JORGE de Ocaña, donde el personal administrativo fue el principal elemento para la medición del capital intelectual mediante el modelo Navegador Skandia.

Los objetivos de la investigación propenden crear condiciones favorables para el desarrollo empresarial y reconocimiento de las aptitudes, conocimientos y destrezas de los empleados de la empresa.

La empresa ASUCAP SANJORGE ubicada en la dirección Calle 11 N° 33- 180 Barrio Buenos Aires que fue objeto de investigación es una asociación dedicada a la prestación de servicios en cuanto a la provisión de señal y producción de televisión e internet, además,

---

<sup>36</sup>ÁVILA. Marcelino. Administración de empresas y algunas aplicaciones. [En línea]. Costa rica, 1981. [Citado el 28-Sep-2104]. Disponible en: <https://books.google.com.co/books?id=ptgOAQAIAAJ&pg=PA1&lpg=PA1&dq=%C3%81vila,+Marcelino.+Administraci%C3%B3n+de+empresas+y+algunas+aplicaciones.&source=bl&ots=BI9Q6H5ZgO&sig=sNetCKUnw34cHwtbNa9NNprzn8Y&hl=es-419&sa=X&ei=RCTNVJH2GIidNvP6gbgE&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=%C3%81vila%2C%20Marcelino.%20Administraci%C3%B3n%20de%20empresas%20y%20algunas%20aplicaciones.&f=false>

ASUCAP SAN JORGE tiene como propósito satisfacer las necesidades sociales, culturales y ambientales de los asociados.

En este sentido, este proyecto tiene la finalidad de asignar un valor monetario al capital intelectual y posteriormente sugerir a las directivas de la empresa incluir dicho valor en los estados financieros futuros.

## **2.5 MARCO LEGAL**

**2.5.1 NIC 38:** Esta Norma (NIC 38) prescribe la contabilización y la información financiera a suministrar en el caso de los activos intangibles, siempre que no estén tratados específicamente por otra Norma Internacional de Contabilidad. Las NIC 38 no es de aplicación a los activos financieros, a las concesiones sobre minas y yacimientos, así como a los gastos de operación, desarrollo y extracción de minerales, petróleo, gas natural y otros Recursos naturales no renovables, ni tampoco a los activos intangibles que surgen en las compañías de seguro por causa de las pólizas mantenidas con los asegurados. La NIC 38 se aplica, entre otras partidas, a los desembolsos realizados en publicidad, formación del personal, puesta en marcha de la actividad y a los producidos por las actividades de investigación y desarrollo.

Un activo intangible es un activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física, que se tiene 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<sup>37</sup>.

**2.5.2 Decreto 2649 de 1993:** Por medio del cual se reglamentan las normas del Código de Comercio en materia de contabilidad y se fijan los principios y normas contables generalmente aceptadas en Colombia: de conformidad con el Art.6 de la Ley 43/90, se entiende por principios o normas de contabilidad generalmente aceptadas en Colombia el conjunto de conceptos básicos y reglas que deben ser observados al registrar e informar contablemente sobre los asuntos y actividades de personas naturales o jurídicas.

Apoyándose en ellos, la contabilidad permite identificar, medir, clasificar, registrar, interpretar, analizar, evaluar e informar, las operaciones de un ente económico, en forma clara, completa y fidedigna<sup>38</sup>.

**2.5.3 Decreto 2650 de 1993:** Por el cual se modifica el Plan único de cuentas para los comerciantes, buscando la uniformidad en el registro de las operaciones económicas

---

<sup>37</sup> NORMA INTERNACIONAL DE CONTABILIDAD. NIC 38. [En línea]. 1998. [Citado el 28-Septiembre-2014]. Disponible en : <http://www.facpce.org.ar:8080/miniportal/archivos/nic/NIC38.pdf>

<sup>38</sup> DECRETO 2649/1999. [En línea]. Disponible en: <http://actualicese.com/normatividad/2001/decretos/D2649-93/1D2649-93.htm>

realizadas por los comerciantes con el fin de permitir la transparencia de la información contable y por consiguiente su claridad, confiabilidad y comparabilidad<sup>39</sup>.

---

<sup>39</sup> DECRETO 2650 DE 1993. [En Línea]. Bogotá, 1993. [Citado el 28-Junio-2014]. Disponible en: <http://puc.com.co/normatividad/decreto-2650-1993/>

### 3. DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables<sup>40</sup>.

La presente investigación fue de nivel descriptivo, puesto que se desarrolló a partir de un estudio basado en la medición del grado de relación que existe entre dos o más variables, puesto que esto tiene como objetivo establecer cómo es y cómo se manifiesta un determinado fenómeno que atrae la atención de tal manera que se limita a identificar sus características o propiedades en un momento determinado, sin que el investigador tenga acceso a controlar o manipular a conveniencia las variables en estudio. En este sentido, el presente trabajo pretendió describir las características y forma de medición del capital intelectual a través del modelo navegador Skandia en la empresa ASUPCAP San Jorge de Ocaña.

#### 3.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

**3.1.1 Investigación de campo:** En la ejecución de los trabajos de este tipo, tanto el levantamiento de información como el análisis, comprobaciones, aplicaciones prácticas, conocimientos y métodos utilizados para obtener conclusiones, se realiza en el medio en el que se desenvuelve el fenómeno o hecho en estudio, en otras palabras, el trabajo se efectúa directamente en el campo. El presente trabajo de investigación se desarrolló en el departamento administrativo de la empresa Asucap San Jorge, puesto que estas personas están directamente relacionadas con el logro de objetivos de la empresa<sup>41</sup>.

#### 3.2 POBLACIÓN

La población para ésta investigación estuvo conformada por el gerente y 23 empleados del departamento administrativa de la empresa Asucap San Jorge de Ocaña.

#### 3.3 MUESTRA

Se tomó el 100% de la población teniendo en cuenta que es de fácil medición y cuantificación.

---

<sup>40</sup> TAMAYO. Tipos de investigación. [En línea]. Disponible en : <http://es.scribd.com/doc/14072579/Libro-metodologia-de-La-Investigacion-tamayo-1#scribd>

<sup>41</sup> MUÑOZ, Razo. Como elaborar y asesorar una investigación de tesis. [En línea]. Edit. Pearson. Mexico. 1998. [Citado el 23-agosto-2014]. Disponible en: <https://profmariajosesiezar.files.wordpress.com/2013/01/como-elaborar-una-y-asesorar-una-investigacion-de-tesis.pdf>

### **3.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACIÓN**

**3.4.1 Fuentes primarias:** La información se obtuvo a través de la aplicación de encuestas a la empresa Asucap San Jorge de Ocaña, las cuales se realizaron durante las visitas periódicas que se llevaron a cabo en el transcurso de la investigación con el objetivo de conocer el grado de importancia que la empresa le da al conocimiento intelectual del personal administrativo.

**3.4.2 Fuentes secundarias:** esta información fue obtenida de fuentes como libros, tesis, documentos, artículos, revistas e investigaciones realizadas por otras personas, los cuales suministraron información fundamental para llevar a cabo la investigación.

### **3.5 TECNICAS DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

**3.5.1 Análisis documental:** el análisis de la información se ejecutó con base en documentos, escritos y artículos relacionados con el capital intelectual y su medición. Además del asesoramiento oportuno del director de la presente investigación.

**3.5.2 Análisis opinático:** los datos se obtuvieron de las encuestas realizadas al personal del departamento administrativo de la empresa.

**3.5.3 Análisis estadístico:** la interpretación y análisis de la información se realizó a través del resultado obtenido mediante la implementación de herramientas estadísticas sobre los datos contenidos en las encuestas.

## 4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

### 4.1. DIAGNOSTICAR LA MEDICIÓN Y VALORACIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL EN ASUCAP SAN JORGE.

En el diagnóstico se conocieron aspectos importantes y vitales para la ejecución de la investigación, ya que mediante la observación y la aplicación de encuestas se obtuvo información útil para la identificación del capital intelectual de los empleados del departamento administrativo de la empresa, con el fin de optimizar la gestión de la gerencia en cuanto a capacitación y formación.

Para realizar un diagnóstico sobre la medición y valoración del capital intelectual en ASUCAP San Jorge, se aplicó un instrumento que fue la encuesta a 23 empleados del departamento administrativo de la empresa, en donde se indagaron aspectos como: el nivel de satisfacción de los empleados en la empresa, su percepción de la motivación y liderazgo por parte de la gerencia, la participación en horas de capacitación que tuvieron en el año 2013, el tiempo de servicio en la asociación, entre otros aspectos claves para la determinación de activos intangibles y la valoración y aplicación del capital intelectual mediante el modelo Navegador Skandia.

Así mismo, Se realizó una encuesta a la gerente de la empresa con el objetivo de buscar información sobre aspectos importantes para la aplicación del modelo como el número de usuarios perdidos, valor del mercado de la empresa, entre otros aspectos relevantes para la medición del capital intelectual de ASUCAP SAN JORGE.

A continuación se exponen los resultados obtenidos a partir de la ejecución y aplicación de las encuestas.

#### **4.1.1 Información obtenida de las encuestas aplicadas al personal administrativo de la empresa.**

Se indagó sobre el nivel de satisfacción de los empleados dentro de la empresa, obteniendo los siguientes resultados:

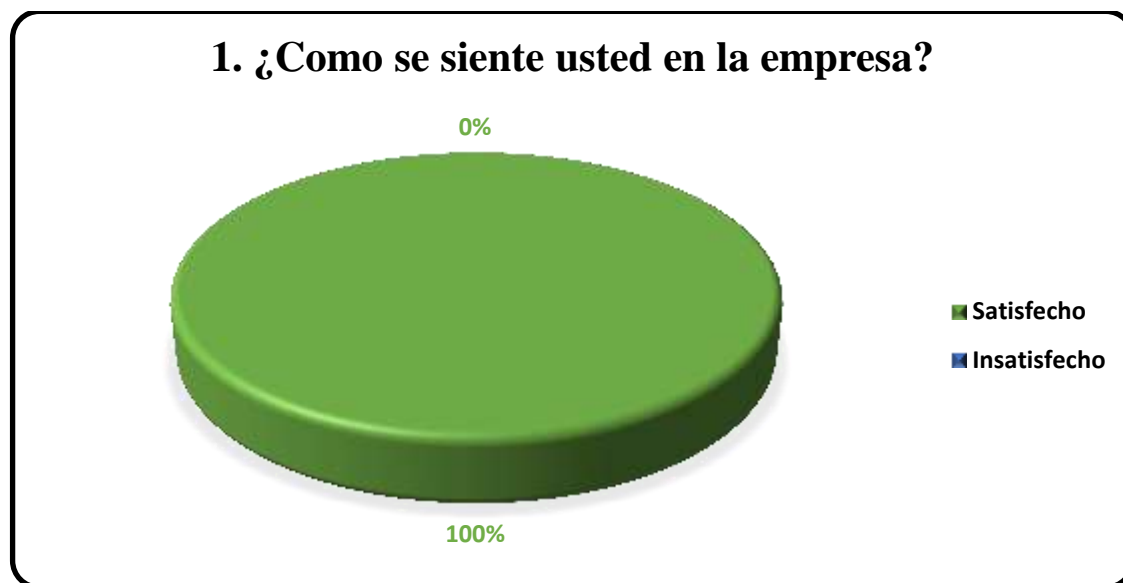
Cuadro 1. Satisfacción de los empleados encuestados

<b>ITEM</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Satisfecho	23	100
Insatisfecho	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100</b>

Fuente: Autores del proyecto.



Gráfico 1. Satisfacción de los empleados encuestados



Fuente: Autores del proyecto.

Según el gráfico 1, se puede conocer que el 100% de los empleados de la empresa Asucap San Jorge se siente satisfecho en su cargo.

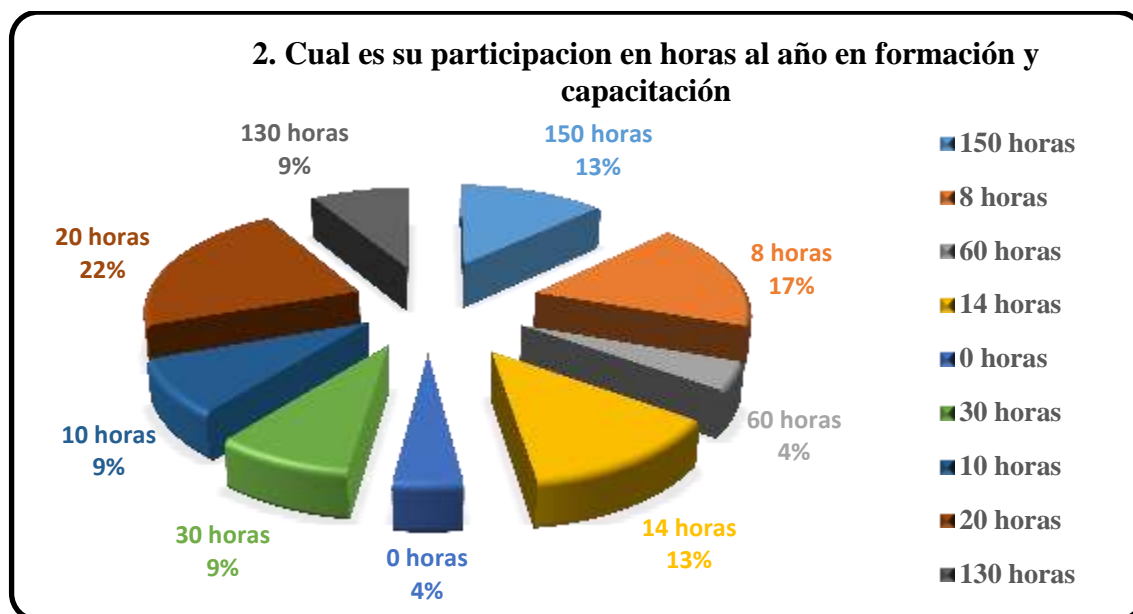
Se deduce que la totalidad de los empleados de la empresa se siente satisfecho por razones que atañen a un buen clima laboral, buenas relaciones organizacionales y conformidad en cuanto a la remuneración. De igual forma, se observa un ambiente de trabajo tranquilo y acogedor en el cual el personal se desenvuelve con confianza y seguridad.

Cuadro 2. Participación de la formación y capacitación de los empleados encuestados al año.

ITEM	FRECUENCIA	%
150 horas	3	13
8 horas	4	17
60 horas	1	4
14 horas	3	13
0 horas	1	4
30 horas	2	9
10 horas	2	9
20 horas	5	22
130 horas	2	9
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100</b>

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfico 2, Participación de la formación y capacitación de los empleados encuestados al año.



Fuente: Autores del proyecto.

De acuerdo el gráfico 2, se pudo determinar que el 22% de los encuestados, es decir, cinco empleados (5) han participado en 20 horas de capacitación en el periodo de 2013. Así mismo, el 17% de los empleados administrativos tienen una formación de 8 horas y por otra parte solamente el 13% que equivale a tres (3) empleados recibió capacitación por (150) horas.

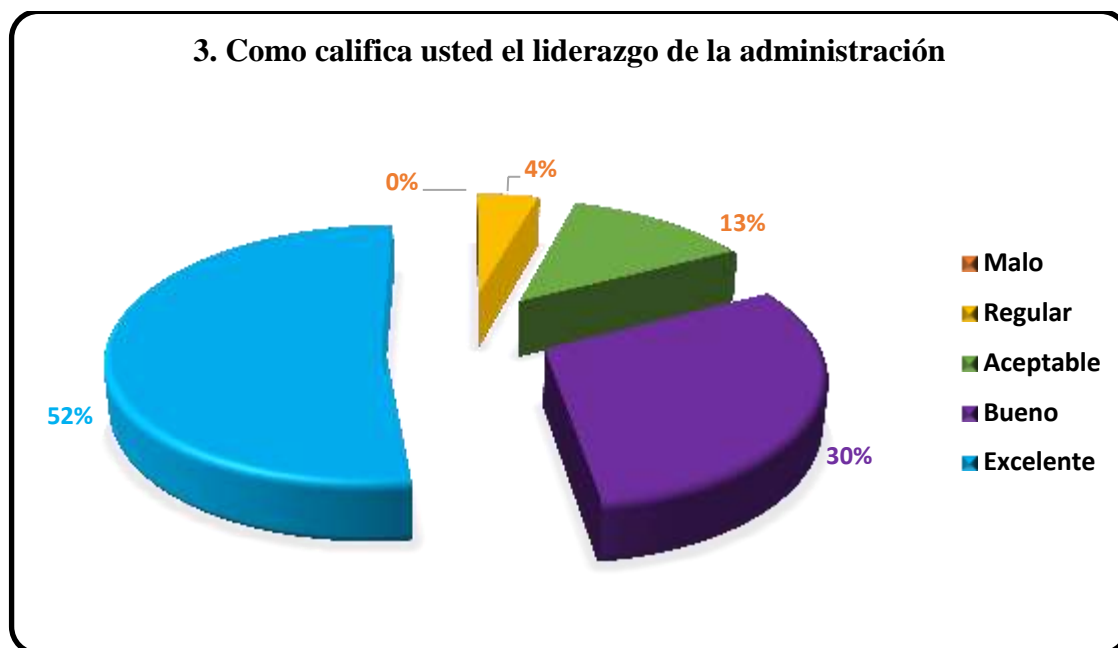
Con lo anterior, se puede concluir que la capacitación y formación en la empresa no ha sido suficiente para los requerimientos de los empleados en el buen desarrollo de sus actividades laborales, debido a que dichos procesos de capacitación son vistos por la administración como un gasto y no como una inversión.

Cuadro 3. Calificación del liderazgo de la administración

ITEM	FRECUENCIA	%
Malo	0	0,00
Regular	1	4,35
Aceptable	3	13,04
Bueno	7	30,43
Excelente	12	52,17
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100</b>

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfico 3. Calificación del liderazgo de la administración



Fuente: Autores del proyecto.

A partir de la figura 3, se puede concluir que el 52% de los empleados administrativos califica el liderazgo de la administración como excelente, el 30% lo califica como bueno, el 13% lo concibe como aceptable y el 4% lo califica regular.

De acuerdo a los resultados, se puede precisar que la mayoría de empleados de la empresa tiene una concepción buena de la manera como la administración guía y direcciona los procesos de la asociación, sin embargo, muy pocos empleados califican la dirección administrativa como aceptable o regular.

Cuadro 4. Calificación de la motivación de la administración

ITEM	FRECUENCIA	%
Malo	0	0
Regular	0	0
Aceptable	5	22
Bueno	8	35
Excelente	10	43
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100</b>

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfico 4. Calificación de la motivación de la administración



Fuente: Autores del proyecto.

A través de la figura 4, se puede deducir que un 43% de los empleados califica la motivación como excelente, un 35% la califica como buena y un 22% de los encuestados la califican como aceptable.

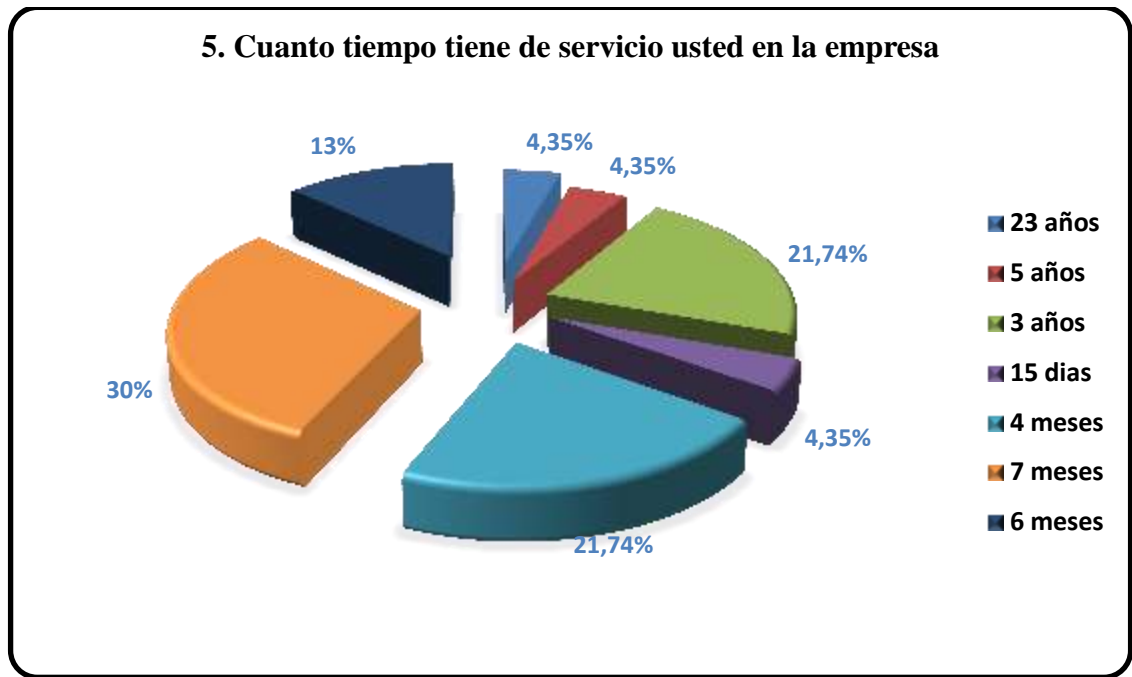
Con esto se puede concluir que la administración estimula y alienta a los trabajadores con una efectividad del 78%, ya que pocos empleados de la empresa manifiestan que la motivación por parte de la gerencia ha sido aceptable.

Cuadro 5. Tiempo de servicio en la empresa

ITEM	FRECUENCIA	%
23 años	1	4,35
5 años	1	4,35
3 años	5	21,74
15 días	1	4,35
4 meses	5	21,74
7 meses	7	30,43
6 meses	3	13,04
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100</b>

Fuente: Autores del proyecto.

Gráfico 5. Tiempo de servicio en la empresa



Fuente: Autores del proyecto.

De acuerdo con la figura 5, el 30% de los encuestados tienen (7) meses de servicio de la empresa, el 22 % tienen entre (4) meses y (3) años de servicio y un 13% tiene (6) meses de estar laborando en la empresa.

Se puede concluir que la mayor parte de los empleados llevan poco tiempo laborando en la empresa, lo que deja en evidencia que la empresa realiza cambios de personal con frecuencia acarreado pérdida de tiempo, retraso en las actividades y mayores gastos en capacitación.

Con respecto a las demás preguntas realizadas se obtuvieron resultados precisos y concretos, debido a que fueron preguntas específicas contestadas por determinadas personas que ocupan diferentes cargos en la empresa. En este sentido, dichos resultados no son objeto de tabulación.

A continuación se indicarán las preguntas realizadas al personal administrativo con cargos específicos:

Tabla 1. Auxiliar Contable

PREGUNTA	RESPUESTA
¿Cuál es el número de computadores utilizados en el área administrativa?	Doce (12) computadores

Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 2. Auxiliar Administrativa

PREGUNTAS	RESPUESTA
¿Cuáles son sus ingresos mensuales en la empresa?	Salario Mínimo (\$616.000)
¿Cuánto tiempo dedica usted a la atención de un usuario?	Cinco minutos (5')
¿Diariamente cuantos clientes aproximadamente se comunican por teléfono?	Aproximadamente cien personas (100).
¿Cuántas veces al mes visita un mismo cliente la empresa?	Dos veces (2).

Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 3. Encuesta realizada a la gerente de ASUCAP San Jorge

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Cuál es el número de empleados?	Cuarenta y ocho (48)
¿Cuál es el valor actual de la empresa en el mercado?	Dos mil millones de pesos (\$ 2.000.000.000)
¿Cuál es el número de usuarios?	Catorce mil siete usuarios (14.007)
¿Cuál es el número de empleados dedicados a la atención de usuarios?	Cuatro empleados (4)
¿Cuál es el número de directivos?	Siete directivos (7)
¿Cuál es el número de mujeres directivos?	Una mujer (1)

Fuente: Autor del proyecto.

#### 4.1.2 Diagnóstico

Tomando como base la información obtenida con las encuestas aplicadas se pudo conocer el punto de vista que tienen los empleados del departamento administrativo de la empresa con respecto al fortalecimiento de su capital intelectual mediante capacitación; así mismo

se pudo conocer el grado de satisfacción o insatisfacción que tienen dentro de la organización ya que éste es un factor de gran importancia e impacto en el desempeño de las actividades laborales de los mismos.

Teniendo en cuenta que el capital humano representa el corazón y el alma de las organizaciones debido a que en éste se concentra la labor realizada por los empleados para el cumplimiento de objetivos y metas se afirma que éste integra todos los conocimientos formales e informales de cada una de las personas vinculadas a la institución.

El conocimiento explícito está directamente relacionado con la formación académica y el conocimiento tácito con la experiencia adquirida a través de su vida laboral. Dentro de Asucap San Jorge existen dos fuerzas laborales, por un lado están los operarios que ejecutan los procesos misionales y por el otro están las personas que apoyan la función administrativa de la Asociación.

En este orden de ideas y tomando como punto de referencia la información obtenida, el conocimiento de los empleados administrativos se compone de una parte explícita y otra parte tácita, sin embargo, éstas deben ser fortalecidas y nutridas mediante capacitación y preparación pertinente.

Según lo expuesto por las personas encuestadas, el proceso de formación en horas por parte de la empresa no fue suficiente, ya que solo el 3% de los empleados recibió capacitación por 150 horas. Esto permitió conocer que la falta de renovación del aprendizaje dilata las actividades de los empleados, supone la pérdida de tiempo y representa la disminución de la calidad de los procesos y servicios prestados por la empresa.

En síntesis, el desarrollo humano se relaciona con los procesos de capacitación, entrenamiento y promoción del personal y actualmente, en la empresa Asucap San Jorge no existe un programa bien definido que permita el adecuado desarrollo humano.

#### **4.2 DETERMINAR Y VALORAR LOS ACTIVOS INTANGIBLES QUE POSEE ASUCAP SAN JORGE.**

Los activos intangibles son parte importante de la estructura contable de una empresa, por tal motivo, su determinación y reconocimiento se hace necesario para tener una visión clara, concreta y real de la situación financiera de la misma.

En primera instancia, se puede afirmar que según la NIC 38 los activos intangibles deben cumplir con criterios como el reconocimiento y la identificabilidad, es decir, que los beneficios futuros que éstos generen fluyan a la entidad, que el costo de los mismos sea medible de una forma confiable y que sean separables, en otras palabras, que sea susceptible de ser separado, vendido, cedido, arrendado, etc.

Actualmente, la empresa Asucap San Jorge, posee una cantidad considerable de activos intangibles de los cuales sólo discrimina en su Balance General las Licencias, por tal

motivo a continuación se relacionarán los activos intangibles más representativos de la empresa y su clasificación según la NIC 38.

Actualmente la empresa Asucap San Jorge refleja en sus estados financieros dos cuentas por concepto de activos intangibles:

Tabla 4. Activos intangibles identificados en ASUCAP San Jorge

ACTIVOS INTANGIBLES	Intangibles identificables	Intangibles no identificables	Reconocidos contablemente	
			SI	NO
Video y material audiovisual incluyendo películas y filmes	X			X
Imágenes y fotografías	X			X
Bases de datos	X			X
Licencias	X		X	
Contratos Laborales	X		X	
Contratos de suministro de servicios	X		X	
Propiedad intelectual		X		X
Good-will (Buen nombre)	X			X
Publicidad	X		X	
Lista de clientes	X			X
Fidelidad de Clientes		X		X

Fuente: Autores del proyecto.

De lo anterior se puede concluir que la clasificación de los activos intangibles que posee una empresa de acuerdo a la NIC 38 depende estrictamente de sus características, es decir, éstos deben cumplir con los principios básicos de reconocimiento e identificabilidad, de tal manera, que al ser objeto de mediciones subjetivas, carecer de separabilidad y no representar beneficios futuros para la empresa hace que éstos no puedan ser reconocidos contablemente y por ende no puedan discriminarse en los estados financieros.

Los activos intangibles de Asucap San Jorge, sin duda poseen un valor monetario y aumentan el valor de la empresa, sin embargo, algunos de éstos no se ajustan a la norma



debido a que son generados internamente por la empresa y no cumplen cabalmente con lo establecido en la norma.

A continuación se indicará el activo intangible reconocido contablemente por la asociación y a su vez se hará el cálculo del Good-will y del valor de la empresa en el mercado:

## Licencias

Las licencias son mecanismos empleados para proteger los productos de software y de datos.

Asucap San Jorge cuenta con una licencia correspondiente al software Wimax y otra al Windows Server, las cuales se encuentran valoradas en \$9.716.000, dicho valor es representado en el activo no corriente de la asociación, ya que estas licencias permiten la ampliación de redes, mayor cobertura y fluidez de datos informáticos. Además, proporcionan seguridad y confiabilidad a la información enviada por la red a las diferentes dependencias de la organización.

## Good-Will

El Good-will es el buen nombre o prestigio que tiene una empresa o establecimiento frente a terceros, es un activo de gran valor puesto que ese buen nombre le permite tener clientes, proveedores y créditos.

Debido a que el valor del Good-will de una empresa varía con los años y por muchos factores del mercado, se hizo necesaria la valoración de éste en la empresa Asucap San Jorge.

A continuación se mostrará el cálculo del Good-will realizado en la empresa:

Tabla 5. Cálculo del Good-will en ASUCAP San Jorge

FLUJO DE CAJA PROYECTADO					
	2013	2014	2015	2016	2017
Ingresos	2.655.592.122	2.921.151.334	3.213.266.468	3.534.593.114	3.888.052.426
-Costos Variables	1.235.532.000	1.359.085.200	1.494.993.720	1.644.493.092	1.808.942.401
=Margen de Contribución	1.420.060.122	1.562.066.134	1.718.272.748	1.890.100.022	2.079.110.025
-Costos Fijos	883.156.614	971.472.275	1.068.619.503	1.175.481.453	1.293.029.599
=Utilidad Antes de Impuestos	536.903.508	590.593.859	649.653.245	714.618.569	786.080.426
-Impuestos (0%)	0	0	0	0	0
=Utilidad Después de Impuestos	536.903.508	590.593.859	649.653.245	714.618.569	786.080.426
+ Depreciación	216.432.000	216.432.000	216.432.000	216.432.000	216.432.000
=FLUJO DE CAJA	<b>753.335.508</b>	<b>807.025.859</b>	<b>866.085.245</b>	<b>931.050.569</b>	<b>1.002.512.426</b>

Fuente: Autores del Proyecto.

### Información adicional

1. Los ingresos y los costos se incrementaran en un 10% anual, durante 5 años.
  2. El 100% de los ingresos son de contado.
  3. El total de los costos y gastos se cancelan de contado en el mismo período.
  4. La depreciación será de \$ 216.432.000 anuales durante cada uno de los 5 años.
  5. La Tasa de Oportunidad del mercado es del 48% anual.
- Con base en la información anterior, se proyectan los flujos de caja anuales durante 5 años.

### GOOD-WILL

Para el cálculo del Good-Will, se utiliza la fórmula del valor presente del interés compuesto, así:

$$VF = VP (1+i)^n \text{ de donde } VP = VF / (1+i)^n$$

### Valor presente

753.335.508	+	807.025.859	+	866.085.245	+	931.050.569	+	1.002.512.426
1,48		(1,48)2		(1,48)3		(1,48)4		(1,48)5

$$V.P = 509.010.478 + 368.437.664 + 267.162.497 + 194.055.702 + 141.182.604$$

$$V.P = \$1.479.848.945$$

De acuerdo con los datos arrojados, el valor del buen nombre o Good-will de la empresa Asucap San Jorge asciende a \$1.479.776.118, lo cual coloca a la empresa en una posición ventajosa frente a la competencia y facilita su incursión y sostenimiento en el mercado.

El Good-will representa un aumento significativo para el valor de la empresa, por tal motivo, su valoración se considera importante, ya que proporciona a la empresa una visión más clara y concreta de su realidad financiera.

### CALCULO DEL VALOR DE LA EMPRESA

#### Formula:

$$\begin{aligned} \text{Valor de la empresa} &= \text{activo neto} + \text{Good-Will.} \\ &2.063.927.173 + 1.479.848.945 \\ &\$3.543.776.118 \end{aligned}$$

Luego, el valor de la empresa Asucap San Jorge es de \$3.543.776.118, representados por \$2.063.927.173 del valor del activo neto en el mercado más \$1.479.848.945 del intangible Good-Will.

Es importante anotar que dicho valor sólo sirve como base para negociación, ya que aumenta el valor de la empresa en el mercado. Sin embargo, según la norma internacional no puede ser reconocida en los estados financieros de la empresa, pero sí puede ser incluido contablemente de acuerdo al decreto 2649.

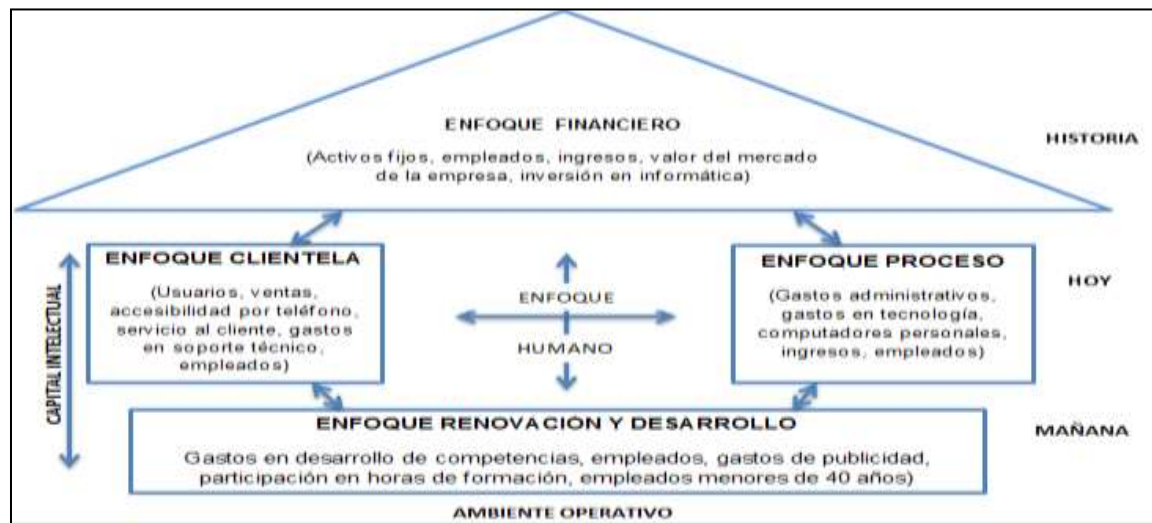
#### 4.3 APLICAR EL MODELO NAVEGADOR SKANDIA EN LA EMPRESA ASUCAP SAN JORGE.

Actualmente las empresas reconocen la importancia del conocimiento organizativo, que incluye aprendizaje a nivel individual, de grupo y de organización, por tal motivo, las organizaciones no solo deben gestionar su conocimiento eficientemente sino cuantificarlo mediante herramientas de medición del capital intelectual. Estas mediciones son de interés tanto desde el punto de vista interno (posibilita la mejora de la eficiencia organizativa) como externo (los "stakeholder"- grupos interesados en la empresa- obtienen una valoración más completa de la empresa).

De acuerdo con lo anterior, la aplicación del Modelo Navegador Skandia apuntó a la medición y valoración del capital intelectual que posee la empresa Asucap San Jorge.

A continuación se relacionan los cinco enfoques establecidos por el modelo Navegador Skandia y ajustado a la realidad de la empresa:

Figura 1. Indicadores del modelo Navegador Skandia



Fuente: Autores del proyecto.

En la figura 2, se clasifican cada uno de los indicadores pertenecientes a los diferentes enfoques del modelo Navegador Skandia; con esto se busca dar a conocer la forma como se encuentra integrado el esquema del modelo ajustado a la realidad de la empresa Asucap San Jorge.

En el esquema anterior se pueden conocer los indicadores que se tienen en cuenta para la medición y valoración del capital intelectual y la importancia de los mismos en el desarrollo organizacional.

A continuación se mostrarán los diferentes enfoques del modelo Navegador Skandia y cada uno de los indicadores que los integran. Los datos relacionados en cada uno de los enfoques fueron extraídos de los estados Financieros del periodo 2013.

Tabla 6. Indicadores del enfoque financiero

<b>INDICADORES DEL ENFOQUE FINANCIERO</b>	
<b>Activos fijos (\$)</b>	\$1.512.102.010
<b>Activos fijos/ empleados (\$)</b>	\$31.502.125
<b>Ingresos/empleados (\$)</b>	\$56.475.503
<b>Ingresos operacionales (\$)</b>	\$2.655.592.122
<b>Valor del mercado de la empresa (\$)</b>	\$3.543.776.118
<b>Valor del mercado/empleados (\$)</b>	\$73.828.669
<b>Ingresos por nuevos negocios (\$) (Servicios Internet 2013)</b>	\$197.341.887
<b>Inversión en informática (\$) (licencias)</b>	\$9.716.000

Fuente: Elaboración propia a partir del modelo Navegador Skandia y apoyado en el libro medición y valoración del capital intelectual del autor Víctor Raúl López Ruíz.

El enfoque financiero integra el pasado de la empresa en un momento determinado (Balance general). Este es el más común en el área de negocios pues es el más fácil de identificar y calcular. Algunos de los valores anteriores se calcularon con base al número de empleados.

Tabla 7. Indicadores del enfoque clientela

<b>INDICADORES DEL ENFOQUE CLIENTELA</b>	
<b>Número de usuarios (#)</b>	14.007
<b>Accesibilidad por teléfono (%) (100 usuarios diarios*30 días/14.007 usuarios)</b>	21%
<b>Ventas anuales/usuarios (\$)</b>	\$189.590
<b>Promedio de la relación con el usuario (#) (8h*60'/100 empleados que se comunican diariamente vía telefónica)</b>	4 min
<b>Visitas del usuario a la empresa al año (#) (1 usuario por mes)</b>	12
<b>Usuarios/empleados (#)</b>	293

<b>Gastos en soporte técnico/usuarios (\$)</b>	\$24.221.957
<b>Empleados dedicados a la atención (#)</b>	4

Fuente: Elaboración propia a partir del modelo Navegador Skandia y apoyado en el libro medición y valoración del capital intelectual del autor Víctor Raúl López Ruíz.

El enfoque clientela representa el presente y las actividades de la compañía orientadas a la relación con sus clientes.

Tabla 8. Indicadores de enfoque proceso

<b>INDICADORES DE ENFOQUE PROCESO</b>	
<b>Gastos administrativos/activos totales (%)</b>	67.5%
<b>Gastos administrativos/ingresos totales (%)</b>	51.4%
<b>Computadores personales/empleados (#)</b>	1
<b>Gastos administrativos/empleados (\$)</b>	\$29.055.241
<b>Gastos en tecnología/empleados (\$)</b>	\$48.765

Fuente: Elaboración propia a partir del modelo Navegador Skandia y apoyado en el libro medición y valoración del capital intelectual del autor Víctor Raúl López Ruíz.

El enfoque proceso está integrado por todas aquellas actividades que la empresa realiza en su giro ordinario para lograr su objeto social.

Tabla 9. Indicadores de enfoque renovación y desarrollo

<b>INDICADORES DE ENFOQUE RENOVACIÓN Y DESARROLLO</b>	
<b>Gastos en desarrollo de competencias/empleados (\$)</b> (valor gastos en capacitación/ 48 empleados)	\$20.833
<b>Gastos de publicidad/usuarios (\$)</b>	\$72
<b>Participación en horas de formación (\$)</b>	\$4.395.763
<b>Gastos en capacitación/gastos de administración (%)</b>	0.07%
<b>Proporción de empleados menores de 40 años (%)</b>	77%

Fuente: Elaboración propia a partir del modelo Navegador Skandia y apoyado en el libro medición y valoración del capital intelectual del autor Víctor Raúl López Ruíz.

Este enfoque representa la base de las organizaciones y está integrado por todos aquellos elementos necesarios para mantener la empresa en un futuro. Dichos elementos son la formación y capacitación de empleados, publicidad, desarrollo de nuevos productos, desarrollo de estrategias, entre otros.

Tabla 10. Indicadores del enfoque humano

<b>Indicadores del enfoque humano</b>	
<b>Índice de liderazgo (%) Grafico N° 3</b>	24.7%
<b>Índice de motivación (%) Grafico N°4</b>	33.3%
<b>Número de empleados (#)</b>	48
<b>Promedio de años de servicio en la empresa (#)</b>	6
<b>Número de directivos (#)</b>	7
<b>Número de mujeres directivas (#)</b>	1
<b>Promedio de edad de los empleados (#)</b>	30

Fuente: Elaboración propia a partir del modelo Navegador Skandia y apoyado en el libro medición y valoración del capital intelectual del autor Víctor Raúl López Ruíz.

El enfoque humano es el más importante dentro de las organizaciones ya que está integrado por el recurso humano, y para su representación es necesario tener en cuenta factores tales como el índice de liderazgo y motivación, el promedio de años de servicio en la empresa, el número de directivos, el promedio de edad de los empleados, entre otros.

Finalmente, como se puede ver son muchas las medidas que se tuvieron en cuenta pero los indicadores fueron seleccionados de acuerdo a la realidad de la empresa, se eligieron aquellos más representativos para ayudar a calcular el capital intelectual de Asucap San Jorge.

Una vez se han determinado los enfoques, se procede a agrupar los indicadores expresados en cantidades de pesos y porcentajes como se muestra a continuación:

Tabla 11. Indicadores para medir el capital intelectual

<b>INDICADORES PARA MEDIR EL CAPITAL INTELECTUAL</b>	
<b>Activos fijos (\$)</b>	\$1.512.102.010
<b>Activos fijos/ empleados (\$)</b>	\$31.502.125
<b>Ingresos/empleados (\$)</b>	\$56.475.503
<b>Valor del mercado/empleados (\$)</b>	\$73.828.669
<b>Ingresos por nuevos negocios (\$) Estados financieros</b>	\$197.341.887
<b>Inversión en informática (\$)</b>	\$9.716.000
<b>Ventas anuales/usuarios (\$)</b>	\$189.590
<b>Gastos en soporte técnico/usuarios (\$)</b>	\$24.221.957
<b>Gastos administrativos/empleados (\$)</b>	\$29.055.241
<b>Gastos en tecnología/empleados (\$)</b>	\$48.765
<b>Gastos en desarrollo de competencias/empleados (\$)</b>	\$20.833

<b>Gastos de publicidad/usuarios (\$)</b>	\$72
<b>Participación en horas de formación (\$)</b>	\$4.395.763
<b>Total</b>	<b>\$1.938.898.415</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del modelo Navegador Skandia y apoyado en el libro medición y valoración del capital intelectual del autor Víctor Raúl López Ruíz.

### **VALOR DEL CAPITAL INTELECTUAL EN UNIDADES MONETARIAS**

Para calcular el valor del capital intelectual se procede a dividir el valor resultante de la sumatoria de los indicadores expresados en cantidades de pesos en el número de índices, así:

Sumatoria de los indicadores del capital intelectual/ número de indicadores.

$$\$1.938.898.415 / 13 = \$ 149.146.032$$

Entonces, el valor del capital intelectual de la empresa Asucap San Jorge es de \$ 149.146.032.

De lo anterior se pudo deducir que a pesar de las falencias que presenta la organización en cuanto al capital intelectual y por ende a la formación y entrenamiento de conocimientos de sus empleados, posee un valor de capital intelectual considerable el cual aumenta el valor de la empresa en el mercado, proporcionando a la empresa oportunidades en cuanto al reconocimiento y prestigio.

### **INDICADORES PARA CALCULAR EL COEFICIENTE DE EFICIENCIA**

Tabla 12. Indicadores para calcular el coeficiente de eficiencia

<b>INDICADORES PARA CALCULAR EL COEFICIENTE DE EFICIENCIA</b>	
<b>Accesibilidad por teléfono (%) (100 llamadas diarias*30 días/ 14.007 usuarios)</b>	0.21
<b>Gastos administrativos/activos totales (%)</b>	0.67
<b>Gastos administrativos/ingresos totales (%)</b>	0.51
<b>Proporción de empleados menores de 40 años (%)</b>	0.77
<b>Índice de liderazgo (%)</b>	0.24
<b>Índice de motivación (%)</b>	0.33
<b>Total</b>	<b>2.73</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del modelo Navegador Skandia y apoyado en el libro medición y valoración del capital intelectual del autor Víctor Raúl López Ruíz.

Esto da un coeficiente de eficiencia de  $i = 45\%$  ( $2.73/6$ ). Si el valor absoluto de capital intelectual de la empresa es de \$ 149.146.032, el nivel de aprovechamiento de este capital intelectual asciende a:

$$I \cdot C = 0,45 (\$149.146.032) = \$ 67.115.714$$

En definitiva, este modelo hoy en día es uno de los más desarrollados, debido, entre otras razones, al establecimiento de indicadores precisos para valorar cada uno de los componentes del capital intelectual, de manera que se observe cómo evolucionan a lo largo de los años; incluso se llega a establecer una medida que determine cuánto supone el capital intelectual de su organización y, además, puede ser aplicado de forma efectiva y satisfactoria anualmente.

El modelo navegador Skandia consta de cinco enfoques esenciales que se componen por una serie de indicadores a través de los cuales se conoce en detalle los valores que corresponden a cada uno de ellos; estos a su vez son expresados en medidas de valor monetario, numérico y porcentual, en este sentido, dichas cifras fueron extraídas de los estados financieros de la empresa y de las encuestas realizadas al personal administrativo de la organización.

Una vez consolidados los indicadores más representativos se procedió a realizar el cálculo de tres importantes conceptos referentes al valor del capital intelectual, valor del coeficiente de eficiencia y del capital intelectual organizativo. Con esto, se obtuvieron resultados de los cuales se puede afirmar que a pesar de la carente inversión de la empresa en formación y capacitación de sus empleados, el valor obtenido mediante la aplicación del modelo Skandia refleja que los conocimientos de los empleados administrativos de la empresa son suficientes para el buen desempeño de sus actividades y por consiguiente, el efectivo desarrollo de la empresa.

## **CALCULO DEL CAPITAL ORGANIZATIVO**

### **Formula**

$$\text{Capital organizativo} = i * C$$

Entonces, el capital organizativo corresponde a:  $0,45(\$149.146.032) = \$67.115.714$ .

El modelo navegador Skandia es muy completo, desarrollado y de fácil aplicación debido entre otras razones a que establece unos indicadores específicos con el objeto de mantener una estructura en cada uno de los enfoques, por lo que no se permite la creación e incorporación de nuevos indicadores que no sean viables para calcular el valor del capital intelectual de una manera acertada y verídica, ya que ésta información será de vital importancia para la toma de decisiones y la creación de nuevas estrategias que permitan la creación de valor para la empresa, otorgándole mayores ventajas competitivas que de



alguna manera u otra le ayudarán a la empresa a subsistir a lo largo del tiempo en un ambiente cambiante y globalizado.

La aplicación del modelo Navegador Skandia en la empresa Asucap San Jorge permitió conocer la manera en que ésta desarrolla el conocimiento de sus empleados y como está siendo utilizado a favor de la misma. De igual forma, se pudo conocer el valor del capital intelectual, el coeficiente de eficiencia y por ende, el capital intelectual organizativo para así crear medidas de corrección que ayude a la asociación a ser más competitiva en el mercado.

## 5. CONCLUSIONES

La importancia de los intangibles y su medición para determinar el valor de las empresas se convierte en uno de los objetivos futuros en el ámbito contable de las organizaciones, por tal motivo, la presente investigación estuvo enfocada en la aplicación del modelo navegador Skandia, con el fin de conocer el valor real del capital intelectual de la empresa Asucap San Jorge, al mismo tiempo, se hizo una identificación de los activos intangibles de la asociación donde se pudo conocer la clasificación de los mismos de acuerdo a la NIC 38 y su reconocimiento en la contabilidad de la misma.

Así mismo, se realizó un diagnóstico que sirvió como herramienta esencial para evidenciar el conocimiento, las capacidades y los valores que posee el capital humano de la organización y permite también identificar la capacidad tecnológica actual, el grado de motivación y liderazgo de los empleados administrativos y su nivel de satisfacción con la empresa.

Por otra parte, se hizo necesaria la determinación de los activos intangibles de la empresa y su valoración, con lo cual, se concluye que Asucap San Jorge posee una serie de activos intangibles reconocibles y no reconocibles contablemente los cuales fueron clasificados según la NIC 38, donde se encontró que la empresa solo discrimina en sus estados financieros un activo intangible, sin embargo, posee otros que no discrimina pero que aumentan el valor de la empresa en el mercado sólo en caso de negociación.

Finalmente, se aplicó el modelo y con esto se logró conocer el valor del capital intelectual que posee la entidad y su importancia en el óptimo funcionamiento de la empresa.

Por lo anterior, el capital intelectual representa un instrumento primordial en la dirección administrativa de la empresa Asucap San Jorge, ya que por medio de su identificación es posible medirlo a través del modelo Navegador Skandia que permite a las directivas de la organización diseñar prácticas de gestión y estrategias efectivas que busquen el crecimiento institucional y mejoren el impacto que la asociación tiene en Ocaña, Norte de Santander.

## 6. RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta el impacto positivo que genera el cálculo del capital intelectual en el valor de la empresa se hace necesario considerar el fortalecimiento del mismo en las empresas con el fin de mejorar las actividades organizacionales, optimizar procesos y ahorrar tiempo.

Se recomienda estudiar la importancia que tiene el capital intelectual en el desarrollo humano de la empresa y por ende capacitar y entrenar a los empleados en cada una de las actividades que desarrollan, con el fin de fortalecer y nutrir el capital humano de la organización.

Así mismo, es importante tener en cuenta que la empresa posee activos intangibles diferentes a los que discrimina en los estados financieros, los cuales puede aprovechar para aumentar el valor de sus activos y por ende el valor de la empresa.

Finalmente, se sugiere a la asociación incorporar el valor del capital intelectual en los estados financieros futuros con el objetivo de aumentar el valor de la empresa en el mercado.

## REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

GALEANO, Mery. Teoría de Competencias-Gestión Humana Basada en Competencias. [En línea]. Edit. Área R.H.com. 2007. [Citado el: 26- agosto-2014.] Disponible en internet: <http://www.areasrh.com/rrhh/Teoriadecompetencias.htm>. (s.f.).

IGLESIAS, Carlos. Capital humano como fuente de ventajas competitivas. [En línea]. Edit. gesbiblo. España, 2005. [Citado el 12-Julio-21014]. Disponible en internet: [http://books.google.com.co/books?id=aW-JZVEfDIEC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summa](http://books.google.com.co/books?id=aW-JZVEfDIEC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summa). (s.f.).

ARALTA A. Gilberto. De la filosofía de la calidad al sistema de mejora continua, 37 actividades para realizarlas en su negocio. [En línea]. Edit. Panorama. Mexico, 2002. [Citado el 29-Oct-2014]. Disponible ne internet: <https://books.google.com.co/books?id>. (s.f.).

ARANGO, Martín. Propuesta de modelos de gestión de capital intelectual. [En línea]. Edit. Udea. Medellín, 2008. [Citado el 14-Agosto-2014]. Disponible en internet: [aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/cont/article/.../2166/1760](http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/cont/article/.../2166/1760). (s.f.).

ÁVILA. Marcelino. Administración de empresas y algunas aplicaciones. [En línea]. Costa rica, 1981. [Citado el 28-Sep-2104]. Disponible en internet: <https://books.google.com.co/books?id=ptgOAAIAAJ&pg=PA1&lpg=PA1&dq=%C3%81vila,+Marcelino.+Administraci%C3>. (s.f.).

BARBÉ. Lluís. Curso de introducción a la economía. Barcelona. [En línea]. Edit. Labor S.A. Escoles Pies. 1993. Pág. 119-121. [Citado el 29-Sep-2014]. Diponible en internet: [http://books.google.com.co/books?id=wLyE0MeNWK4C&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge](http://books.google.com.co/books?id=wLyE0MeNWK4C&printsec=frontcover&source=gbs_ge). (s.f.).

CARRIÓN M. Juan. Estrategia: de la visión a la acción. [En línea]. Edit. ESIC. Madrid, 2007. [Citado el 28-Sep-2014]. Disponible en internet: [http://books.google.com.co/books?id=8\\_PwIoGOa6QC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=](http://books.google.com.co/books?id=8_PwIoGOa6QC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=). (s.f.).

CASTELLANOS, German. Evolución de la medición y gestión del capital intelectual en una empresa del sector real en Colombia. [En línea]. Edit. Universidad Icesi. Cali, 2010. [Citado el 12-Agosto-2014]. Disponible en internet: <https://bibliotecadigital.ice>. (s.f.).

GARCIA, Concepción. Documento de apoyo. Teorías de la administración. [En línea] pág. 6.[Citado el 29-Sep-2014]. Disponible en internet: <http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20ADMINISTRATIVAS%20Y%20ECON%20MICAS/CARRERA%20DE%20CO>. (s.f.).

JACOME R. Llanyry. Valoración económica del capital intelectual. Edit. Ufpso. Ocaña, 2008. [Citado el 14-Agosto-2014]. Disponible en internet:

<http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/230/1/25185.pdf>. (s.f.).

LIRA, Eduardo. Triunfar vendiendo a los líderes de la distribución mundial. [En línea]. Edit. ESIC. España 2001. [Citado el 28-Sep-2014]. Disponible en internet: <https://books.google.com.co/books?id=vKigm1XP-QEC&pg=PA76&lpg=PA76&dq=Triunfar+vendiendo+a+lo>. (s.f.).

MADRO, Vicente. Tratado practico de propiedad intelectual.[En línea]. Edit. El derechoeditores. 2010. [Citado el 14-Julio-2014]. Disponible en internet: <https://books.google.com.co/books?id=7Q89n91nZXoC&pg=PA1&lpg=PA1&dq=Vicente.+Tratado+practico+de+propi>. (s.f.).

MICROSOFT. [En línea] Artículos y Recursos Empresariales. [En línea]. 2011. [Citado el: 26 de 08 de 2013.]. Disponible en internet: <http://www.microsoft.com/business/es-es/content/paginas/article.aspx?cbcid=266>. (s.f.).

MUÑOZ, Razo. Como elaborar y asesorar una investigación de tesis. [En línea]. Edit. Pearson. Mexico. 1998. [Citado el 23-agosto-2014]. Disponible en internet: <https://profmariajosesiezar.files.wordpress.com/2013/01/como-elaborar-una-y-asesorar-una-investi>. (s.f.).

Nevado P. Domingo. Gestione y controle el valor integral de su empresa: Análisis integral: modelos, informes financieros y capital intelectual para rediseñar la estrategia. [En línea]. Edit. Díaz de Santos. España, 2013. Pag. 122. [Citado el 16-Julio-201. (s.f.).

NORMA INTERNACIONAL DE CONTABILIDAD. NIC 38. [En línea]. 1998. [Citado el28-Septiembre-2014]. Disponible en internet: <http://www.facpce.org.ar:8080/miniportal/archivos/nic/NIC38.pdf>. (s.f.).

PARALTA A. Gilberto. De la filosofía de la calidad al sistema de mejora continua, 37 actividades para realizarlas en su negocio. [En línea]. Edit. Panorama. Mexico, 2002. [Citado el 29-Oct-2014]. Disponible en internet: <https://books.google.com.co/books?i>. (s.f.).

PARRA M. Iván. Antecedentes y determinación del capital intelectual desde la perspectiva contable y financiera. Cap. 1. Pag. 10. [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lcp/morales\\_o\\_ls/capitul](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/morales_o_ls/capitul). (s.f.).

PEÑALOZA M. Valoración del capital intelectual para la empresa Horizonte Empleo Ltda. [En línea]. Edit. .Ufpso. Ocaña, 2009. [Citado el 17-Agosto-2014]. Disponible en internet: [repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/.../230/.../25185.pdf](http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/.../230/.../25185.pdf)... (s.f.).

PÉREZ, José. El capital intelectual. [En línea]. Edit. Grupo editorial Norma, 2004. Pag 61. [Citado el 3-Agosto-2014]. Disponible en internet: <https://books.google.com.co/books?isbn=9580477639>. (s.f.).

PHILIP, Kotler. Dirección de Marketing. [En línea]. Edit. Pearson marketing. México, 2006. [Citado el 18-Julio-2104]. Disponible en internet: <https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=CoHT8SmJVDQC&oi=fnd&pg=PR29&dq=Direcci%C3%B3n+de+Marketing.&ots=l>. (s.f.).

RICOSSA, S. Diccionario de economía. [En Línea]. Edit. Eco-Finanzas. [Citado el 29-October-2014]. Disponible en internet: [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/V/VALOR\\_AGREGADO.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/V/VALOR_AGREGADO.htm). (s.f.).

RODRIGUEZ, Carlos. El nuevo escenario: la cultura de calidad y productividad en las empresas. [En línea]. Edit. México, 1999. [Citado el 14-Julio-2014]. Disponible en internet: <http://books.google.es/books?id=IAcY7k6GKbUC&printsec=frontcover&hl=es&source=>. (s.f.).

RUEDAS, Llaniris. Valoración del capital intelectual en las entidades financieras de Ocaña, Norte de Santander. [En línea]. Edit. UFPSO. Ocaña, 2014. [Citado el 17-Agosto-2014]. Disponible en internet: [repositorio.ufps.edu.co:8080/dspaceufps/handle/12345](http://repositorio.ufps.edu.co:8080/dspaceufps/handle/12345). (s.f.).

Saavedra G María Luisa & Saavedra-García, Miriam Edith. Una propuesta de medición en incorporación del capital intelectual en la información financiera: el caso de Unión Febr. Edit. Revista Javeriana. Bogotá. 2012. [Citado el 14-Julio-2014]. Disponible e. (s.f.).  
Soret, Ignacio. Modelo de medición de conocimiento y generación de ventajas competitivas sostenidas en el ámbito de la iniciativa. [En línea]. Edit. ESIC editorial. EE.UU., 2008. Pag. 150, Disponible en internet: <https://books.google.com.co/books?id=e6U0x>. (s.f.).

SORET, Ignacio. Modelo de medición de conocimiento y generación de ventas competitivas sostenibles en el ámbito de la iniciativa "respuesta eficiente al consumidor". [En línea]. Edit. ESIC. Madrid, 2008. Pag. 10. [Citado el 17-Agosto-2014]. Disponible en . (s.f.).

TAMAYO. Tipos de investigación. [En línea]. Disponible en internet: <http://es.scribd.com/doc/14072579/Libro-metodologia-de-La-Investigacion-tamayo-1#scribd>. (s.f.).

Universidad autónoma. La teoría del capital humano y las competencias de la educación. [En línea]. 2009. [Citado el 28-Sep-2014]. Disponible en internet: <http://www.clubensayos.com/Negocios/Teoria-Del-Capital-Humano/1059497.html>. (s.f.).

Vega, Gaston. La era de la eco-evolucion del conocimiento y el mundo inteligente. [En línea]. Edit. Kindle. 2008. [Citado el 28-Sep-2014]. Disponible en internet: <http://www.amazon.com/mundo-inteligente-co-evoluci%C3%B3n-conocimiento-conciencia-ebook/dp/B>. (s.f.).

Vv.Aa. Manual de control de gestión. [En línea]. Edit. Profit. Barcelona, 2010. [Citado el 14-Octubre-2014]. Disponible en internet: [http://books.google.com.co/books?id=izHXYLR5CqgC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.co/books?id=izHXYLR5CqgC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false). (s.f.).

DECRETO 2649/1999. [En línea]. Disponible en internet: <http://actualicese.com/normatividad/2001/decretos/D2649-93/1D2649-93.htm>. (s.f.).

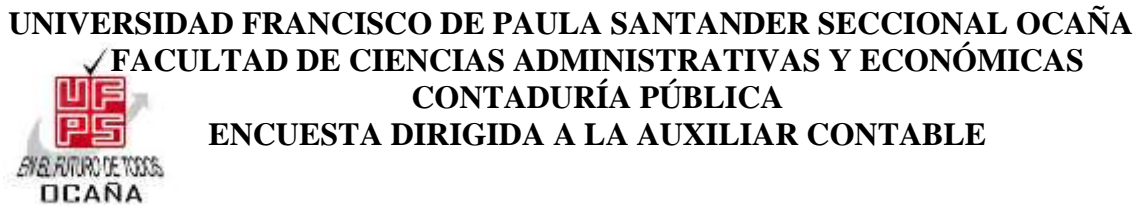
DECRETO 2650 DE 1993. [En Línea]. Bogotá, 1993. [Citado el 28-Junio-2014]. Disponible en internet: <http://puc.com.co/normatividad/decreto-2650-1993/>. (s.f.).

[https://scholar.google.es/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=es&user=UyBUWqYAAA-AJ&citation\\_for\\_view=UyBUWqYAAAAJ:d1gkVwhDpl0C](https://scholar.google.es/citations?view_op=view_citation&hl=es&user=UyBUWqYAAA-AJ&citation_for_view=UyBUWqYAAAAJ:d1gkVwhDpl0C). (s.f.).

# **ANEXOS**



**FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A AUXILIAR CONTABLE DE LA  
EMPRESA ASUCAP SAN JORGE**



Objetivo: Realizar un diagnóstico para la medición y valoración del capital intelectual en Asucap San Jorge, Ocaña, Norte de Santander.

Nombre de la empresa:

---

Cargo de la persona que diligencia el cuestionario:

---

Edad: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

1. ¿Cuál es el número de computadores utilizados en el área administrativa?

---

2. ¿Cómo se siente usted en la empresa?

Satisfecho (a) \_\_\_\_\_ Insatisfecho (a) \_\_\_\_\_

3. ¿Cuáles su participación en horas al año en formación o capacitación?

---

4. ¿Cómo califica usted el liderazgo de la administración?

- a. Malo \_\_\_\_\_
- b. Regular \_\_\_\_\_
- c. Aceptable \_\_\_\_\_
- d. Bueno \_\_\_\_\_
- e. Excelente \_\_\_\_\_

5. ¿Cómo califica usted la motivación de la administración?

- a. Malo \_\_\_\_\_
- b. Regular \_\_\_\_\_
- c. Aceptable \_\_\_\_\_
- d. Bueno \_\_\_\_\_
- e. Excelente \_\_\_\_\_

6. ¿Cuánto tiempo de servicio tiene usted en la empresa?

**FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A AUXILIAR ADMINISTRATIVO DE  
LA EMPRESA ASUCAP SAN JORGE**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER SECCIONAL OCAÑA**

**✓ FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CONTADURÍA PÚBLICA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A AUXILIAR ADMINISTRATIVO**



Objetivo: Realizar un diagnóstico para la medición y valoración del capital intelectual en Asucap San Jorge, Ocaña, Norte de Santander.

Nombre de la empresa:

---

Cargo de la persona que diligencia el cuestionario:

---

Edad: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

1. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales en la empresa?

---

2. ¿Cuánto tiempo dedica usted a la atención de un usuario?

---

3. ¿Cuál es el número de usuarios perdidos?

---

4. ¿Diariamente cuantos clientes aproximadamente se comunican por teléfono?

---

5. ¿Cuántas veces al mes visita un mismo cliente la empresa?

---

6. ¿Cómo se siente usted en la empresa?

Satisfecho (a) \_\_\_\_\_ Insatisfecho (a) \_\_\_\_\_

7. ¿Cuál es su participación en horas al año en formación o capacitación?

---

8. ¿Cómo califica usted el liderazgo de la administración?

- a. Malo \_\_\_\_\_
- b. Regular \_\_\_\_\_
- c. Aceptable \_\_\_\_\_
- d. Bueno \_\_\_\_\_
- e. Excelente \_\_\_\_\_

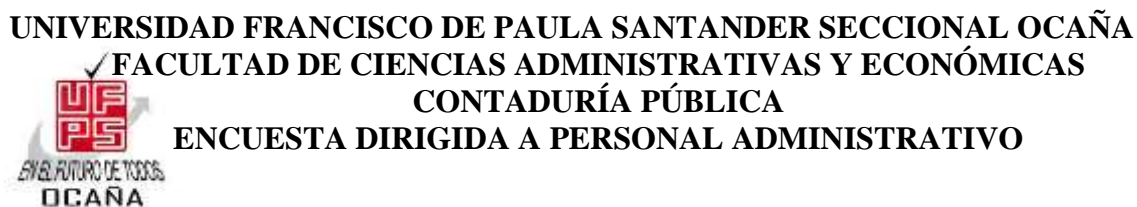
9. ¿Cómo califica usted la motivación de la administración?

- a. Malo \_\_\_\_\_
- b. Regular \_\_\_\_\_
- c. Aceptable \_\_\_\_\_
- d. Bueno \_\_\_\_\_
- e. Excelente \_\_\_\_\_

10. ¿Cuánto tiempo de servicio tiene usted en la empresa?

---

**FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA  
EMPRESA ASUCAP SAN JORGE**



Objetivo: Realizar un diagnóstico para la medición y valoración del capital intelectual en Asucap San Jorge, Ocaña, Norte de Santander.

Nombre de la empresa:

---

Cargo de la persona que diligencia el cuestionario:

---

Edad: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

1. ¿Cómo se siente usted en la empresa?

Satisfecho (a) \_\_\_\_\_ Insatisfecho (a) \_\_\_\_\_

2. ¿Cuál es su participación en horas al año en formación o capacitación?

---

3. ¿Cómo califica usted el liderazgo de la administración?

- a. Malo \_\_\_\_\_
- b. Regular \_\_\_\_\_
- c. Aceptable \_\_\_\_\_
- d. Bueno \_\_\_\_\_
- e. Excelente \_\_\_\_\_

4. ¿Cómo califica usted la motivación de la administración?

- a. Malo \_\_\_\_\_
- b. Regular \_\_\_\_\_
- c. Aceptable \_\_\_\_\_
- d. Bueno \_\_\_\_\_
- e. Excelente \_\_\_\_\_

5. ¿Cuánto tiempo de servicio tiene usted en la empresa?

---

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LA GERENCIA DE LA EMPRESA ASUCAP SAN JORGE**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER SECCIONAL OCAÑA**  
**✓ FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CONTADURÍA PÚBLICA**



Objetivo: Realizar un diagnóstico para la medición y valoración del capital intelectual en Asucap San Jorge, Ocaña, Norte de Santander.

Nombre de la empresa:

\_\_\_\_\_

Cargo de la persona que diligencia el cuestionario:

\_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

1. ¿Cuál es el número de empleados que tiene la empresa?

\_\_\_\_\_

2. ¿Cuál es el valor actual de la empresa en el mercado?

\_\_\_\_\_

3. ¿Cuál es el número de usuarios?

\_\_\_\_\_

4. ¿Cuál es el número de empleados dedicados a la atención de usuarios?

\_\_\_\_\_

5. ¿Cuál es el número de directivos?

\_\_\_\_\_

6. ¿Cuál es el número de mujeres directivos?

\_\_\_\_\_

# **ESTADOS FINANCIEROS**



ASOCIACIÓN DE EMPRESAS Y COMERCIO DE LOS DEPARTAMENTOS DE SAN BUENA VISTA Y CAJAMA  
 DEPARTAMENTO DE SAN BUENA VISTA Y CAJAMA  
 C/DEPARTAMENTO DE SAN BUENA VISTA Y CAJAMA, S/DEPARTAMENTO DE SAN BUENA VISTA Y CAJAMA

**BALANCE GENERAL CLASIFICADO**  
**A 31 de Diciembre de 2013**

<b>ACTIVO</b>		
<b>1 DISPONIBLE</b>		<b>48.636.725,44</b>
Caja	3.017.597,00	
Bancos	44.619.128,44	
Fondos	1.000.000,00	
<b>2 INVERSIONES</b>		<b>24.910.096,37</b>
Cedulas de Capitalizacion	24.910.096,37	
<b>3 DEUDORES</b>		<b>327.692.191,38</b>
Clientes	344.296.794,00	
Anticipos y Avances	2.925.000,00	
Anticipos de Impuestos	824.849,00	
Cuentas x cobrar a trabajadores	2.130.270,00	
Deudores Varios	26.911,00	
Menos provisiones	-22.511.632,62	
<b>4 INVENTARIOS</b>		<b>129.753.854,11</b>
Almacén de materiales y suministros	129.753.854,11	
<b>5 PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		<b>1.512.102.010,90</b>
Terrenos	13.909.876,38	
Construcciones y edificaciones	177.488.778,86	
Maquinaria y equipo	92.733.764,27	
Equipo de oficina	121.824.601,06	
Equipo técnico de comunicaciones	2.848.361.285,24	
Flota y Equipo de Transporte	34.771.201,00	
Depreciación acumulada	-1.776.987.495,91	
<b>6 INTANGIBLES</b>		<b>9.716.000,00</b>
Licencias	9.716.000,00	
<b>7 DIFERIDOS</b>		<b>9.096.452,00</b>
Gastos pagados por anticipado	3.756.711,00	
Cargos Diferidos	5.339.741,00	
<b>8 OTROS ACTIVOS</b>		<b>2.019.843,00</b>
Bienes de arte y cultura	2.019.843,00	
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>2.063.927.173,19</b>
<b>PASIVO</b>		
<b>9 BANCOS NACIONALES</b>		<b>91.333.263,15</b>
Obligaciones Financieras	91.333.263,15	
<b>10 PROVEEDORES</b>		<b>143.805.529,80</b>
Nacionales	61.346.161,80	
Del Exterior	82.419.368,00	
<b>11 CUENTAS POR PAGAR</b>		<b>87.881.192,00</b>
Costos y Gastos por pagar	26.946.772,00	
Acreedores Oficiales (ANTV - TIC)	38.482.881,00	
Retención en la fuente por pagar	2.547.697,00	
Retenciones y aportes de nómina	10.015.544,00	
Acreedores Varios	9.888.298,00	
<b>12 IMPUESTOS, GRAVAMENES Y TASAS</b>		<b>11.334.336,00</b>
Impuesto sobre las ventas	711.968,00	
De Industria y Comercio	10.622.368,00	
<b>13 OBLIGACIONES LABORALES POR PAGAR</b>		<b>56.947.779,00</b>
Vacaciones consolidadas	13.735.997,00	
Obligaciones Laborales	43.211.782,00	
<b>14 PASIVOS ESTIMADOS Y PROVISIONES</b>		<b>4.000.000,00</b>
Para Obligaciones Fiscales	4.000.000,00	
<b>TOTAL PASIVO</b>		<b>395.302.099,95</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
<b>15 CAPITAL SOCIAL</b>		<b>1.045.777.135,07</b>
Aportes sociales	1.045.777.135,07	
<b>16 RESERVAS</b>		<b>162.920.094,94</b>
Reserva legal	72.648.455,66	
Reserva para compra de Equipos	90.271.639,28	
<b>17 RESULTADOS DEL EJERCICIO</b>		<b>94.217.011,71</b>
Excedentes del ejercicio	94.217.011,71	
<b>18 EXCEDENTES DE EJERCICIOS ANTERIORES</b>		<b>365.710.831,52</b>
Excedentes Ejecutados	365.710.831,52	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>1.668.625.073,24</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>2.063.927.173,19</b>

SELECCIÓN DE AYUDAS Y SERVICIOS

INFORMACIÓN DE ESTADÍSTICA

SELECCIÓN DE AYUDAS Y SERVICIOS  
 INFORMACIÓN DE ESTADÍSTICA







	2013	2012
CLIENTES DE PUBLICIDAD	\$ 76.650.600,00	\$ 40.005.630,00
A EXDIRECTIVO	0	200.000,00
SOSTENIMIENTO DE INTERNET	23.329.960,00	10.569.283,00
SOSTENIMIENTO ASOCIADOS	244.316.234,00	207.730.648,00
ANTICIPOS Y AVANCES	2.925.000,00	0
ANTICIPOS DE IMPUESTOS	824.849,00	1.964.100,00
CUENTAS POR COBRAR A TRABAJADORES	2.130.270,00	1.964.100,00
DEUDORES VARIOS (Plan datos)	26.911,00	171.926,00
PROVISIÓN CLIENTES	(22.511.632,62)	(22.511.632,62)
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 327.692.191,38</b>	<b>\$ 238.129.954,38</b>

**NOTA 4  
INVENTARIOS**

Representa el valor de las mercancías no fabricadas por la empresa dispuesta para ser utilizados por nuestros operarios de redes en los trabajos de instalación, mantenimiento y servicio de internet, los cuales se valorizan al costo promedio de adquisición.  
 Sus saldos a Diciembre 31 son:

	2013	2012
INVENTARIO DE MERCANCIAS	\$ 129.753.854,11	\$ 111.014.001,90
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 129.753.854,11</b>	<b>\$ 111.014.001,90</b>

**NOTA 5  
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO**

Este grupo comprende el costo registrado de los activos tangibles adquiridos con la intención de emplearlos en forma permanente en la administración de la entidad y que no están destinados para la venta, en el curso normal de las operaciones.  
 Todos los activos fijos de Asucap San Jorge, se encuentran debidamente amparados contra riesgos, dependiendo de su naturaleza y por valores que cubren razonablemente cualquier contingencia de pérdida de los mismos, en la Compañía Liberty Seguros S.A. a través de Seguros Amaya Rangel.  
 En Diciembre 31, su valor se representaba así:

	2013	2012
TERRENOS	\$ 13.909.876,38	\$ 13.909.876,38
CONSTRUCCIONES Y EDIFIC.	177.488.778,86	177.488.778,86
EQUIPO DE OFICINA	121.824.601,06	117.758.453,06
MAQUINARIA Y EQUIPO	92.733.764,27	87.884.964,27
EQUIPO DE COMP. Y COMUNICACIÓN	2.848.361.285,24	2.592.669.276,92
EQUIPO DE TRANSPORTE	34.771.201,00	34.771.201,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	(1.776.987.495,91)	(1.546.677.531,91)
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.512.102.010,90</b>	<b>\$ 1.477.805.018,58</b>











Este rubro corresponde a los aportes de afiliación más los ajustes de la revalorización del patrimonio aprobado en Asamblea General del año 2007. Su saldo al final del ejercicio contable es como sigue:

	2013	2012
APORTES SOCIALES	\$ 1.045.777.135,07	\$ 987.753.436,07
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.045.777.135,07</b>	<b>\$ 987.753.436,07</b>

**NOTA 16  
RESERVAS**

Este rubro representa los valores que por mandamiento legal y estatutario, debe anualmente, detraerse de la utilidad líquida del ejercicio, en un 10%, hasta completar el 50% del capital social. Su saldo a Diciembre 31 es:

	2013	2012
RESERVA LEGAL	\$ 72.648.455,66	\$ 62.177.921,40
RESERVA PARA EQUIPOS	90.271.639,28	90.271.639,28
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 162.920.094,94</b>	<b>\$ 152.449.560,68</b>

**NOTA 17  
EXCEDENTE DEL EJERCICIO**

El valor de \$94.217.011,71 representa el excedente obtenido en el ejercicio del año 2013.

**NOTA 18  
EXCEDENTES EJECUTADOS**

Dentro de este valor se encuentran los excedentes acumulados de los años 2005-2006-2007-2008-2009-2010-2011 y 2012 que han sido ejecutados previa disposición de la Asamblea General. El saldo de esta cuenta a 31 de Diciembre es:

	2013	2012
EXCEDENTES AÑO 2005	\$ 49.422.889,44	\$ 49.422.889,44
EXCEDENTES AÑO 2006	47.784.919,02	47.784.919,02
EXCEDENTES AÑO 2007	81.423.002,71	81.423.002,71
EXCEDENTES AÑO 2008	31.399.753,71	31.399.753,71
EXCEDENTES AÑO 2009	40.909.014,08	40.909.014,08
EXCEDENTES AÑO 2010	51.948.860,32	51.948.860,32
EXCEDENTES AÑO 2011	23.091.970,44	23.091.970,44
EXCEDENTES AÑO 2012	39.730.421,80	0
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 365.710.831,52</b>	<b>\$ 325.980.409,72</b>



**ESTADO DE EXCEDENTES O PERDIDAS**  
**Del 01 de Enero al 31 de Diciembre de 2013**

<b>INGRESOS</b>		
<b>NOTAS</b>	<b>OPERACIONALES</b>	
1	Ingresos servicios comunitarios	2.655.592.122,00
	<b>TOTAL INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>2.655.592.122,00</b>
2	<b>NO OPERACIONALES</b>	
	Financieros	46.400.711,90
	Utilidad en venta de bienes	610.000,00
	Recuperaciones	3.653.679,00
	Indemnizaciones	3.212.422,00
	Diversos	1.355.240,16
	<b>TOTAL NO OPERACIONALES</b>	<b>55.232.053,06</b>
	<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>2.710.824.175,06</b>
3	<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	
	Gastos de Personal	489.119.686,00
	Honorarios	26.749.200,00
	Impuestos	21.335.968,00
	Arrendamientos	5.323.000,00
	Seguros	2.667.488,00
	Servicios	366.341.322,41
	Gastos Legales	152.377.719,97
	Mantenimiento y Reparaciones	17.437.157,00
	Adecuaciones e Instalaciones	7.543.326,00
	Gastos de Viaje	6.923.000,00
	Depreciaciones	230.309.964,00
	Amortizaciones	3.421.345,00
	Diversos	65.102.424,00
	<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	<b>1.394.651.600,38</b>
4	<b>GASTOS POR CANALES CODIFICADOS</b>	
	Contribuciones y Afiliaciones	699.742.374,00
	<b>TOTAL GASTOS POR CANALES CODIFICADOS</b>	<b>699.742.374,00</b>
5	<b>GASTOS DE PRODUCCION PROPIA</b>	
	Gastos de Personal	319.234.922,00
	Honorarios	11.295.000,00
	Arrendamientos	1.120.000,00
	Servicios	25.028.118,00
	Mantenimiento y Reparaciones	5.408.455,00
	Adecuaciones e Instalaciones	888.300,00
	Diversos	52.110.272,00
	<b>TOTAL GASTOS DE PRODUCCION PROPIA</b>	<b>415.085.067,00</b>
	<b>GASTOS NO OPERACIONALES</b>	
6	Financieros	51.033.943,63
7	Retiro de bienes (material dañado)	6.365.561,48
8	Gastos Extraordinarios	5.769.573,00
9	Gastos Diversos	27.771.487,00
10	Impuesto de Renta	5.719.000,00
	<b>TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES</b>	<b>96.659.565,11</b>
	<b>EXCEDENTE ANTES DE LA RESERVA</b>	<b>104.685.568,57</b>
11	Reserva Legal 10%	10.468.556,86
12	Excedente del Ejercicio despues de la Reserva	94.217.011,71

HILKY JULAY WALCEDO TORRES  
Gerente

MARIA ELEONORA BACLA  
Procuradora Fiscal del IP 112907-1

SECRETARÍA DE ECONOMÍA  
Calle de la Constitución, s/n. Pinar del Río, P.R.  
Teléfono: (077) 810-1000

ESTADO DE EXCEDENTES O PERDIDAS  
DEL EJERCICIO 2013





Los Ingresos no Operacionales se discriminan así:

- **INGRESOS FINANCIEROS.** El valor de \$46.400.711.90 está representado por los intereses generados por las cuentas de ahorros de la Asociación, los ingresos por recargo por mora cobrados a los asociados y la diferencia en cambio del dólar por pago de derechos de autor.
- **UTILIDAD EN VENTA Y RETIRO DE BIENES.** El valor de \$610.000.00 representa el ingreso en la venta de bienes que se han depreciado totalmente y no estaban en uso.
- **RECUPERACIONES.** El valor de \$3.653.679.00 está representado por descuentos concedidos y reintegro de otros costos y gastos.
- **INDEMNIZACIONES.** El valor de \$3.212.422.00 corresponde a pagos hechos por las EPS y ARL como reconocimiento a las incapacidades por enfermedades generales y accidentes laborales de los empleados de la Asociación.
- **DIVERSOS.** La suma de \$1.355.240,16 está representado por ajustes al peso y donaciones recibidas.

### NOTA 3

#### GASTOS DE ADMINISTRACION

Estos gastos hacen referencia a los desembolsos hechos en el ejercicio para el funcionamiento de la Asociación. A 31 de Diciembre los saldos se discriminan así:

	2013	2012
DE PERSONAL	\$489.119.686.00	\$ 458.004.174.00
HONORARIOS	26.749.200.00	29.985.400.00
IMPUESTOS	21.335.968.00	9.859.800.00
SEGUROS	2.667.488.00	6.228.522.00
ARRENDAMIENTOS	5.323.000.00	1.585.000.00
SERVICIOS	366.341.322.41	206.870.977.00
GASTOS LEGALES	152.377.719,97	130.457.753.00
MANTENIMIENTOS Y REPARACIONES	17.437.157.00	17.415.990.00
ADECUACIONES	7.543.325.00	18.527.979.00
GASTOS DE VIAJE	6.923.000.00	1.914.450.00
DEPRECIACIONES	230.309.964.00	195.955.169.00
AMORTIZACIONES	3.421.345.00	687.902.00
DIVERSOS	65.102.424.00	64.936.251.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.394.651.600,38</b>	<b>\$1.142.429.368.00</b>

Los Gastos de Administración se discriminan así:

#### ➤ GASTOS DE PERSONAL

Sueldos...	\$ 258.677.743.00
Horas extras, Recargos festivos y recargos nocturnos	13.161.187.00
Viáticos	9.020.690.00
Auxilio de Transporte	20.533.130.00







Cesantías	26.220.307.00
Interés sobre cesantías	3.185.355.00
Prima de servicios	26.106.164.00
Vacaciones	12.713.179.00
Dotación y suministro de trabajadores	12.749.488.00
Auxilio de Rodamiento	2.640.000.00
Bonificaciones	250.000.00
Bonificaciones empleados	495.600.00
Capacitación al personal	8.736.439.00
Gastos deportivos y recreación	672.500.00
Aportes a Administradoras de Riesgos Profesionales ARL	8.477.669.00
Aportes a Entidades Promotoras de Salud EPS	26.851.085.00
Aportes a Fondo de Pensiones AFP	34.004.329.00
Aportes a Cajas de Compensación Familiar	10.275.307.00
Aportes al I.C.B.F.	8.136.544.00
Aportes al SENA	4.708.669.00
Gastos médicos y drogas (Exámenes de ingreso y retiro)	1.484.300.00

Los Honorarios por valor de \$26.749.200.00 se discriminan de la siguiente manera:

➤ **HONORARIOS**

Revisoría Fiscal	\$ 8.887.200.00
Asesoría Jurídica	6.880.000.00
Asesoría Contable	7.700.000.00
Asesoría Técnica	3.032.000.00
Asesoría Psicotécnica	250.000.00

Los Impuestos por valor de \$10.713.600.00 están representados así:

➤ **IMPUESTOS**

Industria y Comercio	\$ 19.282.968.00
Impuesto Predial	1.806.000.00
Impuesto de Vehículos (Motos)	180.000.00
Otros (impuestos locales)	67.000.00

➤ **ARRENDAMIENTOS:** El valor de \$5.323.000.00 representa el alquiler de los terrenos donde se encuentran las torres de internet y alquiler de un salón de eventos.

➤ **SEGUROS.** El valor de \$2.667.488.00 corresponde al Soat de las tres motocicletas de la Asociación y a las pólizas de manejo y cumplimiento de CENS y seguro de las instalaciones.

Los Servicios por valor de \$366.341.322.41 están discriminados de la siguiente manera:





➤ **SERVICIOS**

Acueducto y alcantarillado	\$ 970.657.00
Energía Eléctrica y Posteria	175.274.574.00
Teléfono Fijo (3 líneas telefónicas)	3.067.679.00
Servicio Celular (Operarios-internet-oficina)	5.634.599.00
Correos, portes y telegramas	501.400.00
Gas	73.000.00
Transporte, fletes y acarreos.	4.927.930.00
Recaudo recibos Súper Servicios	36.612.300.00
Turnador	5.023.932.00
Servicio Emisoras Radiosat	1.543.446.00
Entrega de recibos sostenimiento	17.426.520.00
Patrocinio estudiantes SENA	9.770.963.00
Servicios Temporales	14.224.581.00
Canal Dedicado INTERNEXA	91.289.741,41

Los Gastos Legales por valor de \$152.377.719,97 se discriminan así:

➤ **GASTOS LEGALES**

Notariales	\$ 1.781.000.00
Tramites y Licencias	23.150.00
Autoridad Nacional Televisión	145.635.839,97
Fondo de Tecnologías TIC	4.924.730.00
Comisión de Regulación de Comunicaciones CRC	13.000.00

La cuenta Mantenimiento y Reparaciones por valor de \$17.437.157.00 se discriminan así:

➤ **MANTENIMIENTO Y REPARACIONES**

Construcciones y Edificaciones	\$ 3.441.707.00
Maquinaria y Equipo	4.553.606.00
Equipo de Oficina	316.500.00
Equipo de computación y Comunicaciones	2.340.744.00
De vehiculos (Motocicletas)	6.784.800.00

La cuenta Adecuaciones e Instalaciones por valor de \$ 7.543.326.00 se representan así:

➤ **ADECUACIONES E INSTALACIONES**

Instalaciones eléctricas	\$ 2.261.579.00
Arreglos Ornamentales	586.002.00
Reparaciones locativas	615.650.00
Equipamento de Internet	4.080.095.00



Los Gastos de Viaje por valor de \$6.923.000,00 están representados así:

- **GASTOS DE VIAJE.** Está representado por los Viaticos que se han suministrado a directivos para asistir a los diferentes eventos que se ha requerido la representación de la Asociación en Bucaramanga, Medellín y Bogota.

Alojamiento y manutención	\$	4.493.000.00
Pasajes Terrestres		2.430.000.00

- **DEPRECIACIONES.** El valor de \$230.309.964,00 corresponde al gasto por desgaste o uso de la propiedad, planta y equipo de la Asociación.
- **AMORTIZACIONES.** El valor de \$3.421.345,00 corresponde a la amortización del gasto de programas de antivirus por un año, seguro de las instalaciones, suscripciones a hosting, aportes a Comutv.

Los Gastos Diversos por valor de \$65.102.424,00 se discriminan así:

➤ **DIVERSOS**

Gastos de Representación	\$	1.979.573.00
Elementos de aseo y cafetería		3.090.021.00
Útiles de Oficina y papelería		11.716.150.00
Combustibles y Lubricantes		3.530.650.00
Transporte urbano		3.133.900.00
Restaurante		2.920.250.00
Eventos y atenciones especiales.		17.089.700.00
Asamblea General de Delegados		4.909.200.00
Junta Directiva		1.811.112.00
Mascotas (perro)		705.150.00
Arreglos fúnebres		190.000.00
Publicidad (radial)		1.015.000.00
Celebración Cumpleaños área Administrativa-operativa		579.850.00
Indemnizaciones		482.000.00
Activos de menor cuantía		6.323.518.00
Otras actividades del año		1.825.350.00
Bonificación pasantías		3.123.000.00

**NOTA 4**

**GASTOS POR CANALES CODIFICADOS**

Erogaciones originadas por los pagos realizados a las multinacionales del exterior por concepto de derechos de autor de los canales codificados. Su saldo a 31 de Diciembre es el siguiente:





	2013	2012
APORTES A COMUTV	0	\$ 374.220.00
DERECHOS DE AUTOR CANALES CODIFICADOS	\$ 671.808.154.00	525.626.221.00
DERECHOS DE AUTOR CANALES TEMATICOS	27.934.220.00	25.107.125.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$699.742.374.00</b>	<b>\$551.107.566.00</b>

**NOTA 5. GASTOS DE PRODUCCION PROPIA.**

Gastos originados por el funcionamiento del Canal Comunitario T.V. San Jorge. El saldo a 31 de Diciembre es:

	2013	2012
DE PERSONAL	\$ 319.234.922.00	\$ 266.731.621.00
HONORARIOS	11.295.000.00	26.247.500.00
ARRENDAMIENTOS	1.120.000.00	360.000.00
SERVICIOS	25.028.118.00	17.621.655.00
MANTENIMIENTOS Y REPARACIONES	5.408.455.00	7.895.990.00
ADECUACIONES E INSTALACIONES	888.300.00	3.251.934.00
DIVERSOS	52.110.272.00	46.505.141.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$415.085.067.00</b>	<b>\$368.613.841.00</b>

Los Gastos de Producción están representados por los siguientes rubros:

➤ **GASTOS DE PERSONAL**

Sueldos	\$160.493.380.00
Horas Extras	234.450.00
Viáticos	8.469.800.00
Auxilio de Transporte	15.119.900.00
Cesantías	34.249.327.00
Interés de Cesantías	3.143.173.00
Prima de servicios	20.714.659.00
Vacaciones	12.301.517.00
Dotación empleados	5.918.000.00
Capacitación al personal	1.000.000.00
Aportes a Administradoras de Riesgos Laborales ARL	6.944.563.00
Aportes a Entidades Promotoras de Salud EPS	14.830.558.00
Aportes a Fondos de Pensiones AFP	20.415.460.00
Aportes a Caja de Compensación Familiar	6.524.445.00
Aportes al ICBF	5.039.148.00
Aportes al SENA	3.117.946.00
Gastos médicos y drogas	105.000.00

Los Honorarios por valor de \$11.295.000,00 se discriminan así:



- **HONORARIOS.** Este rubro corresponde al valor cancelado a un periodista del canal que tienen contrato bajo esta modalidad.
- **ARRENDAMIENTOS.** El valor de \$1.120.000,00 corresponde al alquiler de equipo microondas para transmisión y carga para eventos del canal.

Los Servicios por valor de \$25.028.118,00 se discriminan así:

➤ **SERVICIOS**

Servicios Temporales	\$ 12.523.000.00
Servicio de Teléfono (1 línea telefónica)	106.509.00
Fletes	1.566.000.00
Servicio de Celular (Coordinadora-periodistas)	3.486.609.00
Producción de comerciales	7.346.000.00

- **MANTENIMIENTO Y REPARACIONES DEL CANAL.** El valor de \$5.408.455.00 corresponde a mantenimiento y reparaciones a los equipos del canal tanto técnico como de oficina.
- **ADECUACIONES E INSTALACIONES.** El valor de \$888.300.00 corresponde a adecuaciones y arreglos ornamentales realizados en el set del canal.

➤ **DIVERSOS**

Logística realización de programas producción propia	\$18.504.031.00
Elementos de aseo	28.850.00
Útiles, papelería	143.200.00
Combustibles	1.055.000.00
Transporte urbano y rural	2.136.000
Celebración cumpleaños personal del canal	68.000.00
Cassetes, cds para DVD	3.805.000.00
Restaurante	1.589.700.00
Elementos utilería para presentadores y periodistas del canal	100.000.00
Equipos de menor cuantía	2.757.001.00
Comisiones	21.555.190.00
Otras actividades del año	318.300.00
Arreglos fúnebres	50.000.00

**NOTA 6  
FINANCIEROS**

El saldo a 31 de Diciembre, es:

	2013	2012
FINANCIEROS	\$ 51.033.943,63	\$ 30.641.320,72
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 51.033.943,63</b>	<b>\$ 30.641.320,72</b>





Los Gastos Financieros se discriminan así:

Gastos Bancarios	\$5.021.920,42
Chequeras	3.742.000,00
Gravamen a los movimientos financieros (4xmil)	8.864.236,58
Comisiones por consignaciones nacionales	354.001,00
Intereses por prestamos	14.871.784,22
Descuentos concedidos por sostenimiento anticipado	18.096.250,00

**NOTA 7  
GASTOS EXTRAORDINARIOS**

Su saldo a Diciembre 31 es:

	2013	2012
GASTOS EXTRAORDINARIOS	\$ 5.759.573,00	\$ 30.641.320,72
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.759.573,00</b>	<b>\$ 30.641.320,72</b>

Los Gastos Extraordinarios se discriminan así:

Costos y gastos de ejercicios anteriores (gastos 2012)	\$ 5.691.793,00
Descuento estampillas- Impuestos asumidos	77.780,00

**NOTA 8  
DIVERSOS**

Corresponde a otros gastos causados por la Asociación y ajustes. Su saldo a Diciembre 31 es:

	2013	2012
DIVERSOS	\$ 27.771.487,00	\$ 36.925.620,76
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 27.771.487,00</b>	<b>\$ 36.925.620,76</b>

Los Gastos diversos se discriminan así:

Donaciones en Dinero ( Asilo San Antonio-Amparo de Niñas)	\$ 3.930.000,00
Indemnizaciones-multas	1.036.450,00
Ajustes al peso	2.579,62
Celebración Navidad niños de los empleados	1.533.650,00
Devolución de ingresos	7.237.822,38
Especial Navidad en Familia	14.030.985,00





ASOCIACIÓN DE USUARIOS COMUNITARIOS DE LA ANTENA PARABÓLICA SAN JORGE DE OCAÑA  
762 30702, 30703 y 30704 (por suscripción)  
Paseo de la Bandera Parabolica No. 144-511 La Paz, Bolivia 2100  
NTI 000-144-210-4, licencia No. 0117-26 de febrero 2000 CNTV

**NOTA 09**  
**IMPUESTO DE RENTA Y COMPLEMENTARIOS**

El valor de \$5.719.000,00 corresponde al rubro cancelado por este impuesto correspondiente al año 2012 y valor reservado para el impuesto del año 2013.

**NOTA 10**  
**RESERVA LEGAL.** El valor de \$10.468.556,86 representa el 10% de los excedentes.

**NOTA 11. EXCEDENTE DEL EJERCICIO.** El valor de \$94.217.011,71 representa el excedente correspondiente al ejercicio del año 2013.

DELY MARY SUAREZ GONZALEZ  
DIRECTORA GENERAL

MARTA ISABEL SANCHEZ  
CONTABILISTA  
TITULAR

MARILENE ANDRADE LA  
CONTABILISTA  
TITULAR

