

Una aproximación a las características de las empresas que poseen Activos Intangibles

Resumen

En la era actual, basada en el conocimiento, los activos intangibles han ganado una importancia significativa en las organizaciones debido a su aporte en la generación de ventajas competitivas y por tanto en el incremento del valor de las empresas, sin embargo, el proceso de creación de activos intangibles, específicamente de capital intelectual, requiere capacidades de la empresa para su adecuada gestión, lo que implica tiempo y experiencia.

En la realidad se evidencia que las empresas no disponen de metodologías o herramientas para la medición y valoración de estos activos lo que genera brechas en la información revelada en sus estados financieros, principalmente para el caso de los activos intangibles ocultos como el capital intelectual.

En este sentido, los objetivos de esta investigación se orientan a identificar las características de las empresas que poseen niveles significativos de activos intangibles así como realizar un análisis estadístico utilizando la técnica de Tablas de Contingencia para analizar y validar las relaciones entre las variables categóricas; en donde se evidencia dentro de los principales hallazgos que, las empresas que poseen activos intangibles, son aquellas de mayor tamaño, que tienen empleados con formación de posgrado y que realizan actividades de Investigación y Desarrollo -I+D-.

Palabras claves

Activos Intangibles, Capital Intelectual, Tablas de Contingencia

Introducción

Según el Consejo Privado de Competitividad (2014, p. 90) la economía colombiana continúa dependiendo significativamente de actividades primarias y el surgimiento de sectores sofisticados de alto valor agregado es limitado, de acuerdo a su planteamiento, el consejo afirma que Colombia debe fortalecer su capacidad de innovación para que pueda competir efectivamente en los mercados globales, pero en los últimos años la capacidad de innovación del sector privado ha ido retrocediendo a nivel nacional; entre el 2010 al 2012 las empresas manufactureras no innovadoras pasaron del 60,6% al 73,6%, mientras que las innovadoras en sentido estricto pasaron del 0,6% al 0,2%; las de servicios mantienen esta misma tendencia.

Así mismo, al observar el panorama de la ciencia, la tecnología y la innovación en Colombia (CTeI), está acompañado de unas condiciones de mercado no muy favorables y las empresas se encuentran en desventaja competitiva con respecto a los mercados internacionales; la falta de inversión y desarrollo en CTeI, no permite que las empresas exploten al máximo su potencial, además tal como lo afirma el Consejo Privado de Competitividad (2014, p. 93) “[...] contar con un capital humano educado y con las capacidades pertinentes es un factor necesario para la innovación y para que este contribuya decididamente a la sofisticación y la diversificación de la economía”.

Por otro lado, en el entorno se ha notado una creciente influencia de los activos intangibles en las empresas generando que sean objeto de cuantificación por parte de los contables, y de gestión por parte de los directivos, sin embargo aún no se reflejan por completo en los resultados empresariales tradicionales como los informes financieros; ni en los sistemas de información; simplemente se ha convertido en un elemento clave para explicar la diferencia entre el valor de mercado y el valor en libros de varias empresas (Caredda, et. al., 2004, p. 84). El Capital Intelectual hace parte de los activos intangibles de una empresa, pero

generalmente se encuentra implícito en la cultura organizacional o estrategias corporativas, por lo que resulta complejo su identificación y posterior valoración.

En este sentido, en la era actual, basada en el conocimiento, los activos intangibles han ganado una importancia significativa en las organizaciones debido a su aporte en la generación de ventajas competitivas y por tanto en el incremento del Valor de las empresas. Sin embargo, en el proceso de creación de estos activos, específicamente de capital intelectual, se requieren capacidades de la empresa para su adecuada gestión implicando tiempo y experiencia.

Es así como el propósito de esta investigación se encamina en profundizar conceptualmente en los activos intangibles como fuente generadora de valor, así como a identificar las características de las empresas que poseen mayores niveles de estos activos; con el fin analizar y validar las relaciones entre las variables categóricas.

Este documento se estructura en siete partes, incluyendo esta introducción. En la segunda parte se presenta la revisión de la literatura, posteriormente los objetivos, seguidamente la metodología, los resultados y se finaliza con la discusión y las conclusiones.

Revisión de Literatura

Activo Intangible

El concepto de Activo Intangible tiene diferentes concepciones con respecto al campo de aplicación o disciplina; es así como desde el ámbito legal, contable y financiero se entenderá como “un activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física” (IFRS, 2012, p. 1). Por otro lado, es importante considerar el decreto 2649 de 1993 de Colombia por el cual se reglamentaba la Contabilidad en General y se expiden los principios o normas de contabilidad generalmente aceptados en Colombia, en donde los activos intangibles son:

[...] los recursos obtenidos por un ente económico que, careciendo de naturaleza material, implican un derecho o privilegio oponible a terceros, distinto de los derivados de los otros activos, de cuyo ejercicio o explotación pueden obtenerse beneficios económicos en varios períodos determinables, tales como patentes, marcas, derechos de autor, crédito mercantil, franquicias, así como los derechos derivados de bienes entregados en fiducia mercantil (Decreto 2649, 1993, p. 19).

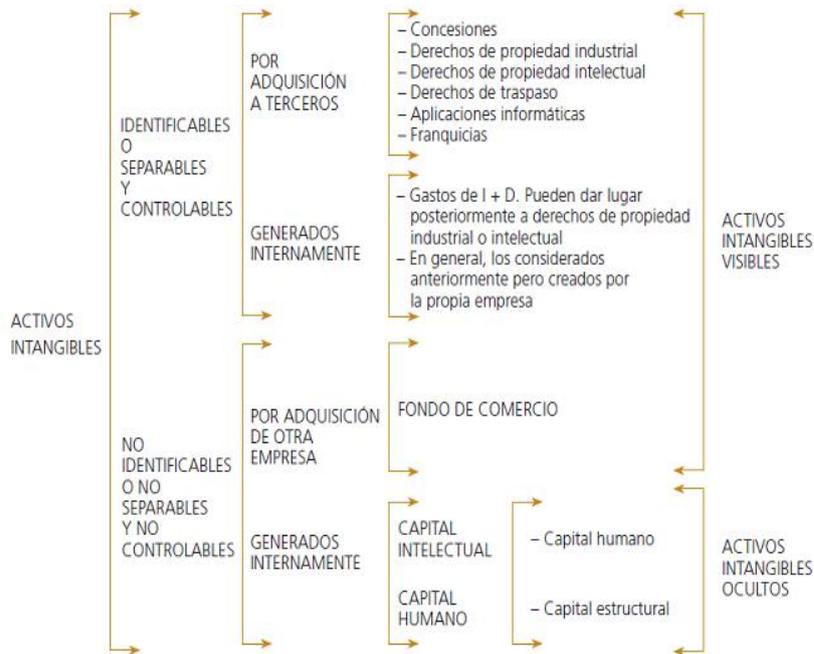
Por su parte, Álvarez realiza una reescritura del concepto de activo intangible en cuatro apartados: “i) las características de las normas contables: no monetario; ii) Los requisitos de activo: identificable y controlable; iii) su capacidad de generar beneficio futuro; iv) Su aportación a la creación de valor y diferenciación de la empresa” (Álvarez, 2012, p. 71).

Identificación y Clasificación de los Activos Intangibles

En cuanto a la identificación y clasificación de los activos intangibles, existen diversas discusiones, pero desde el ámbito normativo se establecen ciertas definiciones y recomendaciones que se deben tener en cuenta para llevar exitosamente dicho proceso. De acuerdo a la NIC 38, un activo intangible se reconocerá cuando sea separable, es decir, susceptible de ser separado o escindido y vendido, transferido, dado en explotación, arrendado o intercambiado, que surja de derechos contractuales o de otros derechos de tipo legal, y además que este sea un recurso controlado por la entidad como resultado de sucesos pasados y se espera obtener en el futuro beneficios económicos.

Después de la identificación planteada sobre activos intangibles, se procede a clasificarlos inicialmente de acuerdo a Vilorio, et. al. (2008) y posteriormente se retoma la NIC 38 y el IVS 210 dado que también presenta los tipos de activos intangibles que tiene las empresas, información que es importante considerar al momento de valorar una empresa.

Ilustración 1: Clasificación de Activos Intangibles



Fuente: Nevado y López (2002, citado en Vilorio, et. al., 2009, p. 22)

Es importante tener en cuenta que los autores dividen los activos intangibles en dos grandes grupos: los visibles y los ocultos.

“Los visibles son aquéllos en los que existe regulación por parte de distintas normativas; de ahí, que pueden ser identificables, controlables o no, con independencia de haberse generado internamente o por adquisición. Por el contrario, los ocultos son aquellos que actualmente no figuran en las cuentas anuales debido a una falta de legislación al respecto y son normalmente no identificables, ni controlables pudiendo proceder de una adquisición o bien se generan internamente” (Vilorio et al., 2008).

De acuerdo a la IVS 210 (2011, p. 3) *“cualquier activo intangible no identificable asociado con el negocio o grupo de activos es generalmente llamado goodwill¹”*; en donde se puede clasificar en los siguientes tipos:

- Marketing relacionado: se usa en el mercadeo o promoción de productos o servicios.*
- Cliente o proveedor relacionado: proviene de relaciones o conocimiento de los clientes o proveedores.*

¹ Es cualquier beneficio económico que proviene del negocio, un interés en el negocio o del uso de un grupo de activos que no son separables (IVS, 2011, p. 3).

- c) *Tecnología relacionada: proviene de derechos contractuales o no contractuales usadas para tecnología patentada, tecnología no patentada, bases de datos, fórmulas, diseños, software, procesos y recetas.*
- d) *Arte relacionado: proviene de los derechos de beneficios como regalías por trabajos artísticos como obras de teatro, libros, filmaciones y música y de la protección de los derechos de autor no contractuales” (IVSC, 2011).*

Por su lado, IFRS (2012) con la NIC 38, considera que los activos intangibles se clasifican en clases, con lo cual lo agrupan en “*un conjunto de activos de similar naturaleza y uso en las actividades de la entidad. Los siguientes son ejemplos de clases separadas:*

- (a) *Marcas;*
- (b) *Cabeceras de periódicos o revistas y sellos o denominaciones editoriales;*
- (c) *Programas y aplicaciones informáticas;*
- (d) *Concesiones y franquicias;*
- (e) *Derechos de propiedad intelectual, patentes y otras manifestaciones de la propiedad industrial o derechos de explotación;*
- (f) *Recetas o fórmulas, modelos, diseños y prototipos; y*
- (g) *Activos intangibles en curso.*

Las clases mencionadas arriba pueden ser desagregadas (o agregadas) en otras más pequeñas (más grandes), siempre que ello genere una información más relevante para los usuarios de los estados financieros” (IFRS, 2012, p. 21).

Por último, en la NIC 38 se condensa toda la información de identificación y valoración de los activos intangibles con el fin de incorporarlos en los datos contables de la empresa. En esta misma línea, la IVS 210 considera que los activos intangibles visibles se pueden valorar bajo los enfoques de mercado, ingreso y costo. Sin embargo, la clasificación de los activos intangibles dictadas por la NIC 38, la IVS 210 y demás autores, no considera los ocultos, por tanto a continuación se describirá el concepto y clasificación del capital intelectual.

Capital Intelectual

El capital intelectual es un elemento que potencializa la creación de valor y el crecimiento empresarial (Caredda et al., 2004, p. 75). Sin embargo, desde la teoría de empresas, el concepto tiene diversas definiciones y enfoques, a continuación se presentan algunas de ellas:

[...] el conjunto de activos intangibles que posee una empresa y que gestionados adecuadamente pueden generar ventaja competitiva sostenible en el tiempo. El capital intelectual es conocimiento útil, entendido como opuesto a la simple colección de datos, pues se trata de conocimiento estructurado que sirve para un fin determinado; además, es conocimiento valioso, pues a partir de él, la empresa es capaz de crear valor y obtener rentas superiores (Alama, et. al.; 2006, p. 4).

Brooking (1997, p. 25) afirma que una empresa es la suma de los activos materiales y capital intelectual, además establece que este capital hace referencia a la combinación de activos inmateriales que permite funcionar a la empresa. Por su parte, Skandia define el capital intelectual “[...] como la posesión de conocimientos, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con clientes y destrezas profesionales que dan a la empresa una ventaja competitiva en el mercado” (Flores, 2001, p. 1).

Es importante presentar a continuación la clasificación del capital intelectual con el fin de tener la capacidad de identificar con facilidad en la empresa.

- a) *Capital Humano*: capacidades individuales, conocimientos, habilidades y experiencia de los empleados de una empresa (Edvinsson y Malone, 1998, p. 40; Garcia-Parra, 2004, p. 10; OCDE, 2006, p. 10; Roos, 1998, p. 151).
- b) *Capital Relacional*: recursos derivados de las relaciones externas de la empresa, el cual comprende capital humano y estructural involucrado con las relaciones de la empresa con diferentes grupos de interés (Garcia-Parra, 2004, p. 10; OCDE, 2008, p. 11; Alama, et. al., 2006, p. 5; Viedma, 2007, p. 246). Adicionalmente Caredda et al.

(2004, p. 78) plantea que existen tres factores determinantes del capital relacional: relaciones contractuales, las sinergias y los valores compartidos.

- c) *Capital Estructural*: capacidad organizacional que incluye los sistemas físicos usados para transmitir y almacenar el material intelectual, así como la comprensión de las rutinas organizacionales, procedimientos, sistemas, culturas y base de datos (Edvinsson y Malone, 1998, p. 41; OCDE, 2008, p. 11; Ordoñez, 2004, p. 135). Sin embargo, Roos (1998, p.151) considera que este capital es la extensión y manifestación del capital humano en innovaciones, procesos de negocio y relaciones con distribuidores y otros.
- d) *Capital Social*: Caredda et al. (2004, p. 77) propone este cuarto componente, en donde se incluye “las competencias sociales, las relaciones interpersonales y la identidad compartida. En ausencia de estos tres elementos, ningún grupo de personas es capaz de crear valor”.

Objetivos

- Profundizar en el análisis de los activos intangibles en las organizaciones como fuente generadora de valor.
- Identificar las características de las empresas que poseen mayores niveles de activos intangibles.
- Realizar un análisis estadístico utilizando la técnica de Tablas de Contingencia para analizar y validar las relaciones entre las variables categóricas.

Metodología

La investigación se aborda desde una metodología cuantitativa, con un alcance descriptivo y correlacional. Se realizó un análisis estadístico de las variables categóricas utilizando la técnica de Tablas de Contingencia y el test de Residuos Tipificados Corregidos -RTC-.

Las Tablas de Contingencia corresponden al Análisis de Correspondencias, que es una técnica de interdependencias, cuyo objetivo es establecer relaciones entre variables no métricas estudiando el comportamiento conjunto de dichas variables (Hair, et. al., 1999; Pérez López, 2009). Por su lado, los RTC siguen una distribución normal, por tanto, si son superiores a 1,96 o inferiores a -1,96, indica que existe un 95% de probabilidad que estos resultados no se deben al azar y por lo tanto son significativos. Es decir, para un nivel de confianza de 95% ($\alpha = 5\%$), los RTC ubicados en este rango, indican una relación de dependencia entre las variables (Hair et al., 1999; Pérez López, 2009).

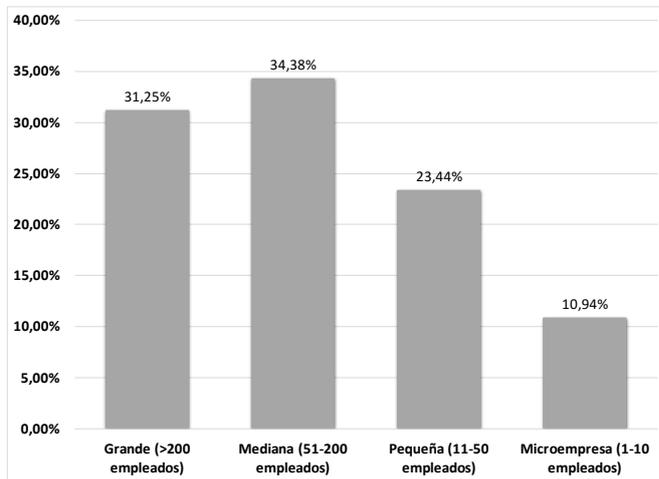
Adicionalmente, para identificar las relaciones de dependencia se utilizó el estadístico Chi-cuadrado (χ^2), prueba de hipótesis que compara la distribución observada con la esperada de los datos. Si la significancia de la prueba χ^2 es menor al 5% ($p < 5\%$), se rechaza la hipótesis nula - H_0 - que plantea independencia entre las variables, esto significa que existe una relación de dependencia entre las variables estudiadas (Hair et al., 1999).

Para el procesamiento de la información se utilizó el software IBM SPSS 21. La muestra considerada para la investigación estuvo conformada por 64 empresas localizadas en el Valle de Aburrá y Oriente antioqueño cercano (Antioquia, Colombia). Para la recolección de información se utilizaron fuentes primarias y secundarias, mediante la realización de entrevistas personales semiestructuradas, así como, los estados financieros para los años 2011, 2012 y 2013, obtenidos a través del Sistema de Información y Reporte Empresarial - SIREM-, de la Superintendencia de Sociedades de Colombia.

Resultados

En la era actual, basada en el conocimiento, los activos intangibles han ganado una importancia significativa en las organizaciones debido a su aporte en la generación de valor, sin embargo, el proceso de creación de activos intangibles, específicamente de capital intelectual, requiere de capacidades de la empresa para su adecuada gestión, lo que implica tiempo y experiencia. Las características de las empresas de la muestra considerada para esta investigación, en relación al tamaño y formación de posgrados de sus empleados, se presentan a continuación en las Ilustraciones 1 y 2:

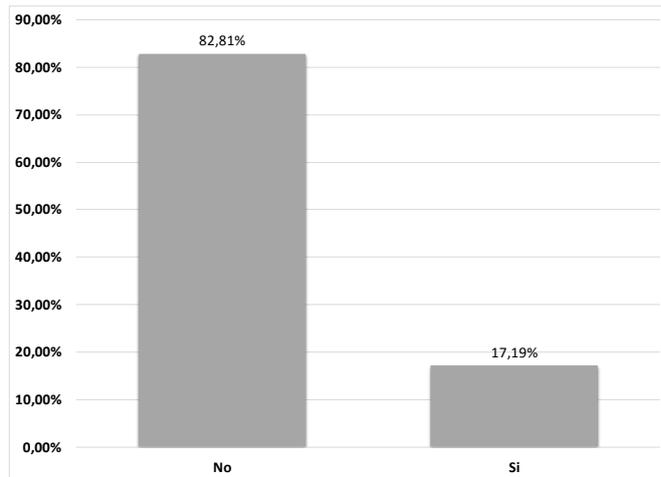
Ilustración 2: Tamaño de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Las empresas consideradas en la muestra son representativas de los diferentes tamaños, sin embargo, las empresas medianas y grandes representan aproximadamente el 65% del total.

Ilustración 3: Formación de posgrados de los empleados de la empresa

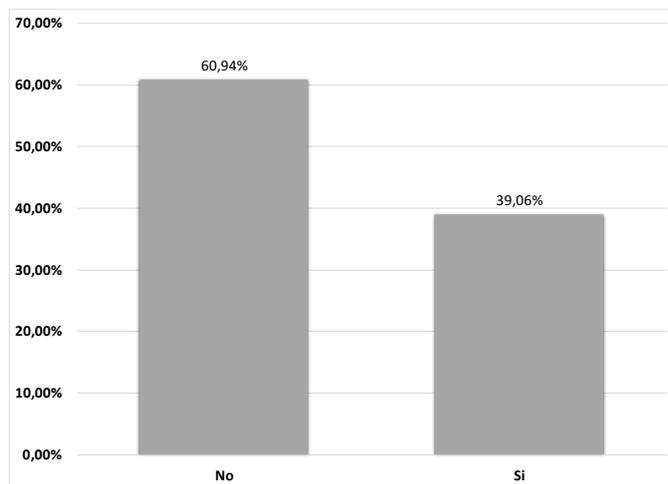


Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los niveles de formación, se evidencia como, solo el 17% de las empresas de la muestra cuentan con empleados con formación de posgrados.

Adicionalmente, se encontró que la mayoría de las empresas que conforman la muestra, realizan actividades de investigación y desarrollo -I+D-, alrededor de 61%, específicamente para desarrollo de procesos o productos, lo cual se evidencia en la Ilustración 4.

Ilustración 4: Formación de posgrados de los empleados de la empresa



Fuente: Elaboración propia

El análisis estadístico muestra que las empresas que cuentan con mayores niveles de activos intangibles, son aquellas de mayor tamaño, lo que está relacionado con su nivel de experiencia y trayectoria en el mercado. Es así como se puede evidenciar que las empresas de mayor tamaño son las que tienen un mayor porcentaje de activos intangibles (Tabla 1).

Tabla 1. Relación entre el tamaño de la empresa y el hecho de poseer Activos Intangibles

Tamaño de la empresa		La empresa posee AI	
		No	Si
Microempresa 1-10 empleados	Recuento	7	0
	RT	1,5	-1,7
	RTC	2,4	-2,4
Pequeña 11-50 empleados	Recuento	10	5
	RT	,5	-,5
	RTC	,8	-,8
Mediana 51-200 empleados	Recuento	12	10
	RT	-,2	,2
	RTC	-,4	,4
Grande >200 empleados	Recuento	8	12
	RT	-1,0	1,2
	RTC	-1,9	1,9

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,288 ^a	3	,040
Razón de verosimilitudes	10,822	3	,013
Asociación lineal por lineal	7,621	1	,006
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia a través el software IBM SPSS 21

En este mismo sentido, los resultados evidencian una relación de dependencia entre las empresas que cuentan con empleados con formación de posgrado y los niveles de activos intangibles que poseen, el resultado de los RTC (2.3), así como la significancia de la prueba χ^2 (2,4%), corroboran estos resultados que se pueden evidenciar en la Tabla 2.

Tabla 2. Relación entre la formación de posgrados y el hecho de poseer Activos Intangibles

Formación de posgrados de los empleados de la empresa		La empresa posee AI	
		No	Si
No	Recuento	34	19
	RT	,6	-,7
	RTC	2,3	-2,3
Si	Recuento	3	8
	RT	-1,3	1,6
	RTC	-2,3	2,3

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,080 ^a	1	,024
Corrección por continuidad ^b	3,680	1	,055
Razón de verosimilitudes	5,093	1	,024
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia a través el software IBM SPSS 21

Con relación a las empresas que realizan actividades de I+D, los resultados muestran que existe dependencia entre la realización de estas actividades y el nivel de activos intangibles que poseen las empresas, tal como se evidencia en el resultado de los RTC (2.3) y en la significancia de la prueba χ^2 (2,1%), como se puede observar en la Tabla 3.

Tabla 3. Relación entre la realización de actividades de I+D y Activos Intangibles

La empresa realiza actividades de I+D		La empresa posee AI	
		No	Si
No	Recuento	27	12
	RT	,9	-1,1
	RTC	2,3	-2,3
Si	Recuento	10	15
	RT	-1,2	1,4
	RTC	-2,3	2,3

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,337 ^a	1	,021
Corrección por continuidad ^b	4,206	1	,040
Razón de verosimilitudes	5,358	1	,021
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia a través el software IBM SPSS 21

Discusión y Conclusiones

En la época actual, basada en el conocimiento, los activos intangibles adquieren una importancia significativa por su aporte en la generación de ventajas competitivas y en consecuencia en el incremento del valor de las organizaciones.

Existen diferencias significativas entre la información proporcionada por las empresas sobre sus activos intangibles y la información revelada en sus estados financieros, principalmente para el caso de los activos intangibles ocultos como el capital intelectual, las empresas no disponen de metodologías o herramientas para su medición y valoración, lo que dificulta que sean reflejados en los estados financieros, es así como la mayoría de las empresas encuestadas (80%) manifiestan que no han valorado sus activos intangibles.

El análisis estadístico permite definir las características de las empresas que poseen activos intangibles, en donde los resultados muestran relaciones de dependencia entre las empresas de mayor tamaño, que tienen empleados con formación de posgrado, realizan actividades de I+D y el hecho de poseer activos intangibles. Estas variables se asocian a los elementos que

conforman el capital intelectual, principal activo intangible oculto de las organizaciones. Es así como la formación a nivel de posgrados tiene que ver con el capital humano, el tamaño y la realización de actividades de I+D se relacionan con el capital estructural.

Así mismo, en el análisis estadístico se incluyeron otras variables como la cobertura de mercado, zona geográfica, sector económico, el hecho de pertenecer a un parque científico o tecnológico, el hecho de realizar actividades de innovación, entre otras, para las cuales no se encontró evidencia significativa de dependencia de estas variables y el hecho de poseer activos intangibles en la organización.

Los resultados obtenidos en esta investigación son de gran utilidad debido a que aportan al desarrollo de la literatura y además proporcionan elementos de análisis y decisión tanto para las empresas como para las organizaciones que apoyan la creación y el fortalecimiento empresarial, en cuanto a la importancia de los activos intangibles y su adecuada gestión, medición y valoración como elemento fundamental en la generación de valor.

Las principales limitaciones de la investigación se refieren a la dificultad para el acceso a la información debido al desconocimiento por parte de las empresas sobre el tema de activos intangibles, así como su medición y valoración. Adicionalmente, se encontraron brechas entre la información de activos intangibles reflejada en los estados financieros y la información suministrada por la empresa a través de la entrevista personal.

En la literatura se proponen diferentes modelos y metodologías para la valoración de los activos intangibles, sin embargo, para el caso de economías emergentes, se carece de la información referente a las variables necesarias para aplicar estas metodologías, por lo que futuras investigación pueden enfocarse en proponer una metodología para valorar activos intangibles en el caso específico de las economías emergentes.

Referencias bibliográficas

Alama, E., Martín, G., y López, P. (2006). Capital intelectual. Una propuesta para clasificarlo y medirlo. *Academia, Revista Latinoamericana de Administración*, Vol. 37, pp. 1–16. <http://doi.org/ISSN:1012-8255>.

Álvarez, C. (2012). *Manual de Valoración de activos Intangibles*. Cuadernos Artesanos de Latina/27. Sociedad Latina de Comunicación Social. Tenerife. ISBN: 9788494011153. Pág. 272.

Brooking, A. (1997). *El Capital Intelectual*. El principal activo de las empresas del tercer milenio. España: Paidós Ibérica. pp. 250.

Caredda, S. G., D'Egidio, F., y Gasperini, A. (2004). *Medición de Intangibles y Comunicación en Italia*. Valor y aplicaciones del Capital intelectual. *Revista: Economía Industrial*, Núm. 357, pp. 75–90.

Consejo Privado de Competitividad (2014). *Informe Nacional de Competitividad 2014- 2015*. Bogotá, Colombia.

Decreto 2649 de 1993. *Reglamenta la Contabilidad en General y se expiden los principios o normas de contabilidad generalmente aceptados en Colombia*. Bogotá.

Edvinsson, L. y Malone, M. (1998). *El capital intelectual: cómo identificar y calcular el valor inexplorado de los recursos intangibles de su empresa*. Editorial Norma. Bogotá. Pág. 245.

Flores, P. F. (2001). *Capital Intelectual: conceptos y herramientas*. Nota Técnica. Centro de Sistemas de Conocimiento, Tecnológico de Monterrey, México.

García-Parra, M. (2004). Los elementos integrantes de la nueva riqueza de la empresa. *Revista Intangible Capital*. Vol. 0, Núm. 1, pp. 1–22.

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., y Black, W. C. (1999). Análisis Multivariante. Editorial Prentice Hall Iberia. 5a. edición. Madrid. Pág. 799.

International Financial Reporting Standards –IFRS- (2012). NIC 38 Activos Intangibles. Fecha Consulta: Marzo 2016. URL: [http://www.ifrs.org/IFRSs/Documents/Spanish IAS and IFRSs PDFs 2012/IAS 38.pdf](http://www.ifrs.org/IFRSs/Documents/Spanish%20IAS%20and%20IFRSs%20PDFs%202012/IAS%2038.pdf)

International Valuation Standards Council – IVSC - (2011). IVS Asset Standard IVS 210 Intangible Assets, Vol. 44, núm. June, Páginas 8. URL: <http://www.ivsc.org/>

OCDE. (2006). Intellectual Assets and Value Creation: Implications for Corporate Reporting, (December), pp. 43. URL: <http://78.41.128.130/dataoecd/2/40/37811196.pdf>

OCDE. (2008). Intellectual Assets and Value Creation Synthesis Report, p. 35. URL: <https://www.oecd.org/sti/inno/40637101.pdf>

Ordoñez, P. (2004). El Capital Estructural Organizativo como Fuente de Competitividad Empresarial: un Estudio de Indicadores. Revista Economía Industrial, Vol. 357, Núm. 1, pp. 131–140.

Pérez, C. (2009). Técnicas de Análisis de Datos con SPSS 15. Editorial Pearson. Madrid, España. Pág. 712.

Roos, J. (1998). Exploring the Concept of Intellectual Capital (IC). Long Range Planning Review, Vol. 31, Núm. 1, pp. 150–153. URL: [http://doi.org/10.1016/S0024-6301\(97\)87431-6](http://doi.org/10.1016/S0024-6301(97)87431-6)

Viedma, J. M. (2007). In Search of an Intellectual Capital Comprehensive Theory. The Electronic Journal of Knowledge Management, Vol. 5, Núm. 2, pp. 245–256.

Viloria, G., Nevado, D., y López, V. R. (2008). Medición y valoración del capital intelectual. EOI Esc. Organiz. Industrial. ISBN: 9788488723963. Páginas 134.