

ALGUNOS APORTES SOBRE EL CAPITAL INTELECTUAL

RESUMEN

Desde hace algún tiempo, los administradores en las diferentes organizaciones públicas gestionan activos intangibles. Y de ahí su interés en el capital intelectual. Existe una marcada diferencia en la aplicación de modelos para empresas públicas y empresas privadas, especialmente en la maximización de utilidades o en la creación de valor para los accionistas. De acuerdo con lo anterior, se presentará un modelo de capital intelectual con algunos indicadores orientados al sector oficial, que serán agrupados en determinadas categorías para facilitar el análisis de gestión y mejorar la calidad de servicio a los ciudadanos, reflejando así el compromiso social y del medioambiente de estas organizaciones.

PALABRAS CLAVES: Activos intangibles, capital intelectual, modelos, empresas, indicadores, compromiso social.

ABSTRACT

For some time, the managers in the different public organizations manage intangible assets. And of there their interest in the intellectual capital. A marked difference exists in the application of models for public companies and private companies, especially in the maximization of utilities or the creation of value for the shareholders. In agreement with the previous thing one will appear a model of intellectual capital with some indicators guided to the official sector, which will be grouped in certain categories to facilitate the management analysis and to improve the quality of service to the citizens, reflecting therefore the social and of the environment commitment of these organizations.

KEYWORDS: *Intangible assets, intellectual capital, models, companies, indicators, social commitment.*

1. INTRODUCCIÓN

No se puede desconocer la importancia de los activos intangibles por parte del personal directivo o ejecutivo de empresas públicas o privadas. Estos activos no se reflejan los respectivos balances de contabilidad.

¿Por qué son importantes los activos intangibles? Es la pregunta de actualidad. Son activos invisibles utilizados no solamente para mejorar la toma de decisiones sino para demostrar a los usuarios su capacidad y potencialidad, valor agregado que se adiciona a los tradicionales indicadores y fríos indicadores financieros. El tema y las ideas acerca del capital intelectual no son recientes y se han presentado propuestas sobre la contabilización de estos intangibles, como lo expone Egginton [1990] o Hodgson, Okuney y Willet [1993]. Los recursos humanos también han sido objeto de valoración contable, tal como lo demuestran los aportes de Likert y Bowers [1968] y Brummet, Flamholtz y Pyle [1969]

Se destaca el trabajo de la American Accounting Association, (Asociación de Contadores Americanos) AAA [1977] publicado en el "Report of the Committee on Human Resource Accounting" donde se muestra la utilidad potencial

PEDRO PABLO

BALLESTEROS SILVA

Ingeniero Industrial, (c) Ms. Investigación de Operaciones y Estadística con énfasis en producción. Profesor Asistente. Universidad Tecnológica de Pereira. ppbs@utp.edu.co

DIANA PAOLA

BALLESTEROS RIVEROS

Estudiante de IV semestre de Ingeniería Industrial Universidad Tecnológica de Pereira dianap@utp.edu.co

de los indicadores no financieros empleados en la toma de decisiones.

Como complemento de lo anterior se pueden consultar los trabajos de capital intelectual con un enfoque moderno: Brooking [1996], Sveiby [1997], Stewart [1998], entre otros.

El sector privado internacional no ha escatimado esfuerzos en el diseño de modelos sobre activos intangibles, obtención de nuevos indicadores, medición e incluso elaboración de "balances de Capital Intelectual" como complemento a los informes financieros anuales, en cambio las entidades públicas han mostrado poco interés en su medición y registro, a pesar de que la intangibilidad está más presente en el sector público que en las instituciones privadas. En parte, lo anterior se justifica, porque con respecto a los objetivos cuantificables que prevalecen en las empresas privadas, diseñados para aumentar el valor de mercado de la empresa y la obtención de beneficios monetarios, los objetivos de las empresas o entidades públicas son diversos y, no necesariamente monetarios. También porque con los recursos productivos -recursos humanos, conocimiento, capital, insumos, tecnología y maquinaria- las administraciones públicas utilizan con mayor intensidad los dos primeros, que son intangibles. Téngase en cuenta que existe además diferencia en el producto final porque en la

mayor parte de las empresas públicas el producto final se refleja en servicios que son intangibles. Países como España, han hecho esfuerzos para identificar y valorar estos activos en el sector público, proponiendo indicadores que miden conceptos intangibles, como el “grado de satisfacción de los ciudadanos sobre los servicios públicos” o la “comparación en el tiempo de respuesta de la calidad del servicio y percepción de los usuarios”.

Dada la importancia de la utilidad de los activos intangibles para la gestión de las entidades públicas, el interés en la empresa privada por los progresos del capital intelectual y el papel de la Contabilidad en la valoración y registro, en este artículo se pretende exponer la oportunidad de identificar y valorar los activos intangibles en el sector público con el ánimo de organizar y racionalizar su gestión. También se propone un modelo de capital intelectual adaptado a las características especiales del Sector Público, mostrando algunos indicadores de gestión del capital intelectual, terminando el trabajo con algunas conclusiones.

2. LOS ACTIVOS INTANGIBLES EN EL SECTOR PÚBLICO

A continuación, se describen las diferencias de la aplicabilidad de las ideas del capital intelectual, que por sus características se presentan en el sector público:

2.1 Menor estímulo a la adopción de nuevas técnicas de gestión:

Se ha notado que el sector público se muestra más lento y presenta más resistencia a la hora de incorporar la medición y registro de los activos intangibles, precisamente por su situación privilegiada de monopolio y ausencia relativa de competencia, situación que indica que no es el mejor escenario para motivar su desarrollo.

2.2 Objetivos intangibles:

Estos son diversos y dependen de la administración específica como garantizar la soberanía nacional, impartir justicia, elevar el nivel cultural de la población, entre otros. La imposibilidad de emplear elementos bursátiles e indicadores financieros (que presentan alguna limitación) para valorar la gestión de las entidades públicas, justifica el uso de indicadores de gestión, según Torres [1991], o de técnicas como el Análisis Envolvente de Datos – DEA, para medir la eficiencia de las entidades públicas; véase Seiford [1996] para una revisión de la literatura y Mancebón y Mar Molinero [2000] como un ejemplo práctico. En el contexto del capital intelectual, pueden proponerse indicadores alternativos para medir el grado de cumplimiento de los objetivos de una entidad pública.

2.3 La responsabilidad social y medioambiental:

Se pueden analizar dos puntos de vista: la mayor parte de empresas privadas consideran que esta responsabilidad es un

gasto y muy pocas lo asimilan como activos intangibles que ayudan a posicionar su imagen. Por otra parte se espera que estas empresas informen acerca del impacto de sus acciones sobre la sociedad y el medio ambiente en ciertos documentos anexos a los balances financieros anuales, véase Roberts [1992]. En lo que respecta a entidades públicas, la exigencia debe ser mayor, porque compromiso no debe tomarse como algo que consolida y mejora la imagen de la entidad, sino que debe formar parte de sus objetivos.

2.4 Los servicios son tangibles:

En ocasiones las entidades públicas producen bienes tangibles como obras de infraestructura, por ejemplo carreteras, pero la mayor parte de los productos del sector público son servicios, y por tanto intangibles. Los controles de calidad son distintos los para bienes tangibles y para los servicios, por lo tanto se deben aplicar procedimientos específicos de valoración de intangibles. Las encuestas son útiles para determinar el grado de satisfacción de los usuarios.

2.5 Los recursos son intangibles:

Los recursos básicos tradicionales utilizados por una empresa son: insumos, máquinas y equipos, capital y recursos humanos, aunque hoy en día se considera que el conocimiento es un input fundamental que también ha de añadirse a la lista anterior. Los tres primeros son activos tangibles. Los recursos humanos y el conocimiento son activos intangibles. Los sectores económicos utilizan los recursos de forma diferente: la empresa industrial se caracteriza por el uso intensivo del recurso maquinaria, las financieras por el uso del capital, etc. En la mayor parte de empresas del sector público, los activos tangibles no son tan importantes como si son los recursos humanos y conocimiento, ejes básicos en cualquier modelo de capital intelectual.

2.6 Menor margen de maniobra de los directores o gerentes:

Para todos es conocido que las entidades públicas son objeto de un mayor control, fiscalización y exigencia de transparencia en la gestión. Por lo general, los directivos se encuentran limitados y condicionados por las normas y procedimientos a seguir, y las ideas en las que se basa el capital intelectual, siendo atractivas para su aplicación en estas entidades son de difícil ejecución. Un caso que apoya esta afirmación, está relacionado con la gestión de los recursos humanos, donde la rigidez de los sistemas de acceso o consolidación en el sector público deja escapar a buenos profesionales que no superan pruebas de acceso. Así, en buena parte del sector público es difícil que progresen las ideas del capital intelectual. Ninguna de las empresas estatales se escapa de este paradigma.

2.7 Menor urgencia por cuantificar:

En el proceso de toma de decisiones de los gestores, es distinta la forma cómo deben utilizarse y valorarse los activos intangibles en el sector privado y en las empresa públicas. En el primero, los activos intangibles tienen que servir para ganar dinero, y cuantificación monetaria interesa para saber cuánto valen para la empresa y son imprescindibles ante una venta. Sus objetivos económicos obligan a cuantificar el valor de los intangibles, proceso que además de complejo es subjetivo y desmotiva a muchas empresas a integrarse en programas de capital intelectual. En las segundas, el tema de los activos intangibles “permite relativamente” su aplicación práctica al notarse una menor exigencia en el nivel de cuantificación, aspecto que facilita su implantación.

2.8 Presentación externa:

Uno de los propósitos de las entidades públicas es la satisfacción de las demandas de información de usuarios externos. En el contexto del capital intelectual se puede presentar información acerca de las estrategias para optimizar la racionalidad de la organización interna, para desarrollar sus recursos humanos, mejorar la imagen, el impacto de sus acciones en el entorno. Tomando como referencia una encuesta efectuada por la firma Arthur Andersen [1998] a 368 directivos de empresas no se espera que se incluya en los informes financieros anuales información sobre capital intelectual, al menos a corto plazo, pero puede considerarse como una herramienta de gestión interna. En el sector público se podría regular y controlar la presentación de documentos e información evitando, por ejemplo, que se justifiquen inversiones ruinosas (léase elefantes blancos) o malversaciones innecesarias como una “imensurable e impagable mejora de la imagen de la entidad”.

3. PROPUESTA DE MODELO DE CAPITAL INTELECTUAL PARA EL SECTOR PÚBLICO

Existen en la actualidad muchas opciones e inclusive algunos autores incluyen el Balanced Scorecard de Kaplan y Norton [1992] como modelo de Capital Intelectual, que se asimila más bien a un sistema de gestión estratégica, donde pueden observarse algunos indicadores de activos intangibles. La estructura del cuadro de mando integral está compuesta por cuatro partes: perspectiva financiera, clientes, aprendizaje y crecimiento y procesos internos de negocio. Su incorporación al sector público ha sido experimentada en alcaldías, -siendo el pionero Charlotte City [1994] y en España la experiencia piloto del Sector de Actuación de Vía Pública de Barcelona, Vivas [1998]- en hospitales y otras entidades públicas con cierto grado de dificultad por la orientación legítima del modelo al beneficio empresarial y creación de valor económico a largo plazo.

Otra referencia es el modelo Business Navigator diseñado por Edvinsson y Malone [1997] y aplicado en primer lugar en la empresa de seguros Skandia. Este modelo hace énfasis

en la justificación del valor de mercado de la empresa, que obtiene al sumar el capital financiero y el capital intelectual. Aquí, el capital intelectual está compuesto por capital humano y capital estructural, que a su vez se divide en capital de clientes y capital organizativo. Después, Edvinsson y Stenfelt [1999] adecuan este modelo al sector público, y desarrollan el concepto de Capital Intelectual de Naciones como fuente de creación de riqueza de los países. Este nuevo modelo se basa en cinco fuerzas de creación de valor: innovación, conocimiento, capital humano, tecnologías de la información e inversiones en capital intelectual. En cada una de ellas se pueden encontrar indicadores. Suecia es el país pionero en desarrollar esta metodología y numerosas dependencias estatales aplican estas teorías.

El modelo de Brooking [1996] parte también del valor de mercado de la empresa, siendo explicado por la suma de los activos tangibles y el capital intelectual, compuesto por activos de mercado, activos humanos, de propiedad intelectual y de infraestructura. Sveiby [1997] propone el Intellectual Assets Monitor (Monitor del activo intelectual), donde se clasifican los activos intangibles en tres categorías: competencia de los recursos humanos, estructura externa y estructura interna. Roos [1996] introduce el concepto de índice CI, como medida que integra los diferentes componentes del Capital Intelectual (humano y estructural) en una única dimensión que resume el rendimiento del capital intelectual. Posteriormente fue aplicado en una entidad del sector público australiano, la Agencia del Departamento de Industria, Ciencia y Turismo, se puede consultar a Dragonetti y Roos [1998]. Como revisión bibliográfica puede tomarse la investigación de Bontis *et al.* [1999] que incluye los principales modelos e instrumentos para medir y gestionar activos intangibles.

La explicación de la diferencia entre el valor de mercado de la empresa y su valor en libros, se convierte en un problema común para todos los modelos actuales de Capital Intelectual, limitando su aplicación inmediata en el sector público. Es obvio que en éste no tiene sentido conocer el valor de mercado de una alcaldía o de la Policía Nacional. Un modelo de gestión integral para el sector público que incluya indicadores de activos intangibles debe servir para dejar ver cómo los activos intangibles pueden utilizarse para mejorar la calidad de servicio a los ciudadanos y alcanzar la excelencia en la gestión, reflejando el compromiso social y medioambiental de la institución. Además de en los objetivos, también en cuanto a los componentes del Capital Intelectual se encuentran diferencias significativas entre la empresa pública y el sector privado. Por ejemplo, el “capital clientela”, o de “estructura externa” en la empresa privada viene dado fundamentalmente por “el valor de la clientela” y la marca. En el sector público, los clientes son los ciudadanos y aunque pueden asimilarse a clientes, la falta de competencia o de elección en los primeros hace que los indicadores sean diferentes. El capital humano y organizativo también presentan particularidades en el sector público. Casi todos los modelos conceden la máxima importancia al capital humano como el de Sveiby [1997], el Intelec de Euroforum

[1998] o el Navigator de Edvinsson y Malone [1997]. A pesar de estas diferencias, los aportes y buena parte de los indicadores propuestos en los modelos de capital intelectual pueden ser aplicables al sector público.

En la figura 1 se puede apreciar la propuesta de modelo, que se representa mediante una escalera con tres peldaños en un plano cartesiano XY. En el sector público, cualquiera que sea el objetivo concreto de la administración (seguridad nacional, educación, salud, etc.) el gestor debe seguir el camino a la excelencia y la calidad del servicio. En forma figurada, la escalera recorre este camino y en su interior se encuentran los conceptos o factores que maneja el gestor. Para cada factor se relacionan los indicadores que facilitan su cuantificación.

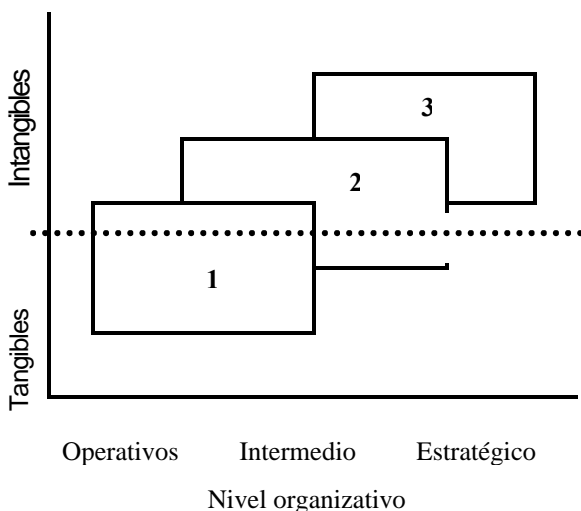


Figura 1. Modelo de capital intelectual para el sector público

Fuente: Adaptación de Canicabano., García, M. y otro. La relevancia de los intangibles para la valoración y la gestión de las empresas.

Convenciones:

1: Presupuestos y Finanzas

2: Organización interna, relaciones externas, capital humano, compromiso social

3: Eficacia Eficiencia Economía

En el modelo como en los balances, los activos se agrupan según la estructura patrimonial y se clasifican de acuerdo con su liquidez: en el nivel inferior se encuentran los activos disponibles, como el dinero y en el nivel superior los activos menos disponibles como activos inmovilizados¹. A pesar de estas restricciones y respetando las técnicas contables, en el eje de las ordenadas Y se representa el grado de intangibilidad de los activos.

El eje X se grafican los tres niveles clásicos de la gerencia, operativo, intermedio y estratégico propuestos por Simon [1960]. El primer escalón se asocia al nivel operativo, donde se administran conceptos de contabilidad pública como facturas, pagos a proveedores, etc.). Aquí se aplican

¹ En los planes de cuentas, los activos inmovilizados inmateriales se consideran poco disponibles, pero en ocasiones es más factible convertirlos, por ejemplo una patente que un activo material como las instalaciones de la empresa.

indicadores que permiten conocer aspectos sobre el control de las operaciones. La línea horizontal punteada sirve de separación entre los activos tangibles e intangibles. Se sabe que la contabilidad tradicional incluye algunas partidas intangibles. Es conveniente tener en cuenta que así sea en forma temporal, estos indicadores reflejan la importancia que tienen los datos históricos para la gestión.

El segundo peldaño se identifica con el nivel de gestión intermedia, donde se utilizan aspectos como la economía, eficiencia y eficacia de la gestión y normalmente se refieren activos tangibles cuantificables mediante indicadores de gestión (de control de costos, índices financieros productividad, etc.).

En este nivel se encuentran muchos conceptos intangibles cuya cuantificación no es nada fácil. Según sea su origen o su función, la selección de indicadores tangibles e intangibles que integran este escalón manifiesta el día a día de la empresa.

En el tercer nivel el gerente, administrador o director aborda sin mucha dificultad conceptos estratégicos tangibles como depuración de las cuentas, la ejecución del presupuesto, el equilibrio financiero, etc. que se cuantifican mediante indicadores de presupuesto y financieros (el nivel de endeudamiento, el grado de ejecución de los ingresos y de los pagos, el índice de inversión o la evolución de los gastos corrientes, para citar algunos.), cuyo análisis debe ser objeto de una correcta interpretación. La imagen de la organización, la motivación de los empleados, la responsabilidad social, la equidad en la gestión ante la sociedad deben ser coherentes con el nivel estratégico de la organización, cuya planificación a largo plazo, debe contemplar indicadores que orienten la entidad hacia el futuro. A medida que se avanza hacia la derecha en el eje X, los conceptos se hacen más intangibles (parte superior del eje Y), adoptando el modelo forma de escalera. El lector debe deducir que la escalera es acumulativa. Es decir, que para llegar al último nivel o peldaño necesariamente se pasa por los anteriores escalones. 1 y 2 y en consecuencia el camino a la excelencia en el sector público cumple con todos los requisitos de control de cuentas, ajuste al presupuesto, economía, eficacia y eficiencia.

4. SELECCIÓN DE INDICADORES

Conocida la propuesta del modelo de capital intelectual para el sector público, a continuación se clasifican los conceptos intangibles y se describen algunos indicadores que facilitan su cuantificación, no sin antes manifestar que para el desarrollo completo del modelo, es necesaria la elaboración del cuadro de mando integral que reúna los indicadores de conceptos tangibles e intangibles para cada uno de los tres niveles o escalones. Por fortuna, los indicadores de conceptos tangibles son muy conocidos, lo que permite dedicar más atención a los activos intangibles y en éstos a los que pertenecen al nivel estratégico, que es el centro de este artículo, y que se reúnen en organización interna, relaciones

externas, capital humano y compromiso socio-medioambiental. Para evitar alguna confusión, los indicadores cumplen con las condiciones exigidas a la información financiera del sector público: comprensibilidad, fiabilidad, relevancia, oportunidad y consistencia, véase GASB [1987] y Torres [1991]. Por las limitaciones prácticas que presentan los indicadores se puede correr el riesgo de mostrar una imagen parcial o distorsionada de las organizaciones, situación que es más crítica y censurable cuando se consideran indicadores que tratan de cuantificar conceptos intangibles. En seguida, en la Tabla 1 se relacionan los principales conceptos para cada categoría y se espera que las diferentes instituciones adapten el esquema general y diseñen los indicadores apropiados.

| Organización Interna | Relaciones externas | Capital Humano | Compromiso social y medioambiental |
|----------------------------------|--|-------------------------------------|------------------------------------|
| Innovación | Imagen | Aptitudes de los empleados públicos | Compromiso social |
| Know How | Calidad del servicio | Aprendizaje permanente | Compromiso medioambiental |
| Capital estructural organizativo | Relaciones de la organización con otros agentes externos | Condiciones laborales | |
| Cultura corporativa | | | |

Tabla 1. Selección de indicadores
Fuente: Propia

4.1 Organización Interna

- **Innovación.** Es un valor intangible que se debe canalizar para conseguir los objetivos de la entidad. En el sector público algunas entidades tienen capacidades para investigar o incluso es su función principal mientras que otras no poseen departamentos dedicados a ello. Este es un activo inmaterial que se refleja en los estados contables tradicionales en partidas como los gastos en I+D (investigación y desarrollo, las patentes, etc. por lo que parte de los indicadores se extraen de la contabilidad aunque surge la duda de si reflejan exactamente la capacidad de innovación de la organización.

- **Know How.** Es un concepto análogo al conocimiento acumulado, la tecnología, la manera de trabajar y procedimientos propios que poseen las empresas. Es uno de los componentes del fondo de comercio, que en las empresas privadas surge cuando hay una adquisición. En el sector público no se propone la venta de la entidad, sin embargo, los contadores públicos han desarrollado muchas técnicas para la valoración del know how Aunque muchas veces no se pueden valorar con un número, al menos pueden documentarse los componentes del know how.

- **Capital estructural organizativo.** Se parte de la existencia de un organigrama adecuado, que facilite el flujo interno de

información y del conocimiento. Este es un activo intangible importante, al punto que Neilson, Pasternack y Viscio [2000] proponen un modelo organizativo para la empresa en la era digital o virtual que consta de siete dimensiones: estructura de la organización, liderazgo, gente y cultura, cohesión, conocimiento, alianzas y ejercicio del poder. Algunas de estas ideas podrían adaptarse a las entidades públicas que se hayan en proceso de virtualización, ante el creciente impacto del comercio electrónico. Como conceptos intangibles se pueden incluir el tipo de organización, el grado de descentralización de la toma de decisiones, el nivel de burocracia interna y la capacidad de trabajo en grupo, que no se reflejan en los estados contables, a excepción de algunos gastos como los que genera el departamento de organización y métodos, en caso de existir. La mayoría de los indicadores se obtienen como fruto de la auditoría interna, especialmente la de procesos e informática. Se citan como indicadores para estos conceptos el “grado de automatización de las tareas administrativas”, el “número de documentos que han dejado de procesarse en formato papel”, el “porcentaje de personal que trabaja ante el público y en oficinas”, el “porcentaje de administrativos versus directivos”, el “porcentaje de personal insustituible”, las “actividades realizadas con herramientas informáticas de trabajo en grupo” o el “porcentaje de personal con acceso a la Intranet y grado de utilización”.

- **Cultura corporativa.** Se ha definido como el conjunto de valores compartidos por los miembros de la organización. Varios autores han clasificado los diferentes tipos de cultura organizacional existentes en las administraciones públicas, por ejemplo Goddard [2000] identifica cuatro tipos básicos: burocrática, estratégica, social y orientada a la ejecución de tareas, contrastando varias hipótesis sobre la influencia del tipo de cultura organizacional para entidades del sector público. Como conceptos intangibles suelen destacarse el seguimiento de un código de conducta o ético en la actuación de los miembros, su cohesión, su compromiso con la entidad o vocación de servicio. Los indicadores para cuantificar estos conceptos pueden obtenerse como producto de estudios sociológicos, cuestionarios internos, test de personalidad, verificación de actitudes.

4.2 Relaciones Externas

- **Imagen.** En el sector público no se habla de marca, concepto tratado por la contabilidad financiera como activo inmaterial. La imagen se proyecta a los usuarios cotidianos del servicio, a los ciudadanos en general, al gobierno central e incluso a terceros. La imagen puede ser un activo intangible importante para las entidades públicas porque puede contribuir en el logro de los objetivos de la entidad o en el aumento de entradas de capital u oportunidades de desarrollo. Se pueden emplear como medidores de imagen indicadores alternativos que se obtienen mediante “barómetros de opinión”, por ejemplo, el “grado de conocimiento del servicio”, “índices de valoración del servicio”, “referencias de la entidad publicadas en los medios de comunicación”, “eventos de impacto internacional organizados que impulsan otros.”.

- **Calidad del servicio.** En cuanto a la calidad de los servicios, es posible valorarla con criterios objetivos, según cumplan una determinada norma de calidad, o también con criterios subjetivos, según la percepción del usuario. Investigadores como Parasuraman, Berry y Zeithaml [1991], han propuesto diez factores clave para valorar la calidad del servicio: apariencia de las instalaciones de la entidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, profesionalidad, cortesía, credibilidad, seguridad, accesibilidad, comunicación y comprensión hacia el cliente. En cuanto a criterios objetivos, pueden obtenerse indicadores como: “premios a la calidad”, “certificaciones de calidad obtenidas”, “puntuación procedente de auditorías de calidad”, “número de servicios que no han tenido éxito” o “nivel de utilización de los servicios que se ofrecen vía Internet”. Si la entidad opera en un sector en el que hay empresas privadas que ofrecen el mismo servicio, pueden considerarse otros indicadores como el “aumento de empresas de sector privado que ofrecen los mismos servicios que las públicas” o “número de usuarios que repiten servicio”. En cuanto a los indicadores que tratan sobre la percepción del usuario, se consideran la “evolución del número de reclamaciones y quejas de usuarios de los servicios”, “valoración que los ciudadanos hacen del servicio”, “grado de satisfacción sobre plazo de entrega del servicio”, y un largo etcétera.

- **Relaciones de la organización con otros agentes externos.** En la empresa privada, disponer de alianzas estratégicas con otras empresas o, en general, relaciones con el entorno es un activo intangible muy valioso. En el espacio público, agentes sociales o medios de comunicación son activos intangibles que pueden contribuir al cumplimiento de los objetivos. Para medir la red de alianzas de una empresa pueden verificarse datos objetivos como el porcentaje de participaciones de que disponen, pero en el ámbito público es necesario utilizar otros indicadores. La fortaleza o capacidad para influir se puede medir con la “capacidad para atraer usuarios de ámbitos geográficos diferentes que concurren al servicio”, el “impacto internacional de los eventos que organiza”, la “capacidad para convocar a los medios de comunicación”, los “contactos con servicios equivalentes en otras localidades”, la “capacidad para obtener ayuda internacional recíproca en caso de necesidad”, etc.

4.3 Capital Humano

Los recursos humanos, con sus conocimientos, habilidades y actitudes son fundamentales para que la entidad logre sus objetivos. Los empleados competentes, capacitados, con un nivel de formación adecuado al puesto de trabajo, personas activas con capacidad para innovar e incluso influir constituyen un activo intangible fundamental para conseguir los objetivos propuestos por la organización, que requieren un aprendizaje permanente para garantizar la participación en proyectos realizados por la organización, orientados al mejoramiento de las competencias profesionales y las condiciones laborales.

4.4 Compromiso social y medio ambiental

En este caso, los indicadores pueden referirse a los “cursos o charlas ofrecidos gratuitamente a la población”, “apoyo a los sectores menos favorecidos” o las “políticas de reinserción” y Muestran las medidas que ha tomado la administración pública para favorecer el objetivo de conservación del medio ambiente.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- En el sector público, los objetivos de las administraciones, los recursos que utilizan o incluso los productos, (que en su mayor parte son servicios, y por lo tanto intangibles), a diferencia de las empresas privadas, se constituyen en un marco ideal para la aplicación práctica de las teorías del capital intelectual.

- Otro aspecto que permite el desarrollo del modelo propuesto en este artículo frente a las dificultades propias de la empresa privada es que no existe esa premura por cuantificar los activos intangibles ante una posible venta, tanto de la empresa, como de una marca o activos como la clientela.

- Sin despreciar la importancia y eficacia de los datos económicos financieros, se puede afirmar que una buena gestión de los activos intangibles ayuda a lograr los objetivos de la entidad. Así mismo, un manejo racional precisa el desarrollo de indicadores sobre los activos intangibles y su posterior publicación en documentos.

- La propuesta presentada se sintetiza en un modelo de Capital Intelectual para el sector público con cuatro componentes, los cuales son: la organización interna, relaciones externas, capital humano y compromiso socio-medioambiental. Cada componente va acompañado de aspectos claves o intangibles. Los conceptos se cuantifican con un conjunto de indicadores y cada entidad debe incorporar los que considere oportunos de acuerdo con sus objetivos. Es necesario reglamentar y supervisar la presentación de documentos sobre activos intangibles a la sociedad porque hay que evitar que se usen los intangibles para justificar inversiones inadecuadas.

6. BIBLIOGRAFÍA

- [1] ANDERSEN, Arthur. Knowledge Measurement, Next Generation Research Group Paper, N° 99-1029, 1998.
- [2] CAÑIBANO, L., GARCIA-AYUSO, M. y SANCHEZ, P. La relevancia de los intangibles para la valoración y la gestión de las empresas. Revista Española de Financiación y Contabilidad, n° 100, págs.17-88. 1999
- [3] SERRANO, C. y CHAPARRO, F. Casos prácticos: la medición y gestión de intangibles en Skandia y Celemi”, Finanzas & Contabilidad, Harvard Deusto, Vol 27, págs. 30-34, enero-febrero 1999.
- [4] TORRES, L. Indicadores de Gestión para las Entidades Públicas”, *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, Vol XX, No 67, págs. 535-558, abril-junio, 1991.