

EL CAPITAL INTELECTUAL: ¿VALORIZARLO Y/O GESTIONARLO?

EQUIPO DE DISEÑO, Cincus Capacita

RESUMEN:

En la Actualidad se le concede al **Capital Intelectual (CI)** un rol fundamental en el desarrollo de las Organizaciones, ya que se le considera fundamental en el logro de ventajas competitivas sostenibles.

Por esto, en la literatura gerencial de las últimas décadas, el tema ha sido abordado por una gran cantidad de especialistas, los que buscan mediante diferentes metodologías, cuantificar el valor del CI de una organización.

Esta búsqueda se fundamenta en la necesidad de valorar los activos de las empresas, incluyendo sus "Activos Intangibles", para así definir de manera efectiva su "Valor Real".

El Presente documento entrega una orientación precisa acerca de CI y como segmentarlo, para así medirlo y gestionarlo. Adicionalmente entrega una visión relativa al CI y la Gestión del Conocimiento (GC).

EL CAPITAL INTELECTUAL:

Este término no es completamente novedoso, de hecho ha estado presente desde que el primer vendedor logró gestionar eficientemente las relaciones con sus clientes. Hace ya un par de

décadas y como un efecto de la globalización, es posible identificar una serie de metodologías o técnicas que buscan valorizar los beneficios "no-materiales" que entregan algunas herramientas (procesos, información, experiencia, etc), sin los cuales una organización no podría funcionar. Justamente, estas herramientas proporcionan ventajas competitivas y por consiguiente son un activo. ¿No sería ideal valorizar este activo?

Existen tantas definiciones para "CI" como autores, pero para nuestro análisis, podemos concluir que en esta época, el éxito es fruto del conocimiento. Este y la información son las materias primas fundamentales de la economía y sus productos más importantes.

Por lo tanto, el CI es el conjunto de Activos Intangibles de una organización que, pese a no estar reflejados en los estados contables tradicionales, generan un valor o tienen el potencial de generarlo en el futuro.

¿VALORIZARLO? :

Para valorizarlo se han desarrollado una serie de metodologías, pero la mayoría lo trata como un tema prácticamente contable. Esta claro que el objetivo es identificar la potencialidad futura de una organización, o bien identificar la

incidencia que tiene en los resultados efectivos de la empresa. Es así como se han creado índices que, por ejemplo, comparan el Valor del Mercado y el Valor de Reposición de sus Activos Físicos, de manera que empresas como Microsoft logran obtener una relación mayor que aquellas industrias básicas con altos grados de utilización de activos físicos en su operación.

A nuestro juicio, lo importante no es sólo medir, si no que identificar la tendencia que tienen los intangibles de una organización, es decir, "si mejoran o no".

GESTIONARLO:

Los actuales enfoques se orientan hacia determinar en base a estudios e instrumentos, el nivel actual de los Intangibles de una Organización, para gestionar su evolución buscando mejorarlos, de manera de generar las Ventajas Competitivas necesarias para el mercado.

Es posible clasificar el CI en tres áreas:

Conocimiento/Experiencia,
Estructura Organizacional e
Integración.


Conocimiento/Experiencia: Es la capacidad de la Organización de alcanzar la mejor relación de conocimientos técnicos y experiencia en el negocio. Comparar Conocimientos Profesionales Actualizados y Experiencia en el Negocio, es conjugar nuevas tendencias con bases sólidas y experiencia demostrable, para guiar el sendero de la empresa. Es útil definir y gestionar porcentajes tales como: profesionales, técnicos, nivel de rotación, promedio de experiencia en el negocio (por empleado), etc.

Estructura Organizacional: Es la capacidad de la Organización de Satisfacer los requerimientos del mercado. Contempla sistemas, procedimientos, gestión del conocimiento, acceso a la información y procesos de innovación. La Estructura permite fortalecer los canales de comunicación y transformar el "Know How" individual en una propiedad grupal.

Integración: Es la Capacidad de la Organización para establecer redes y asociaciones. Esto contempla la integración con Clientes, Proveedores, Competidores y entes reguladores. Poseer indicadores de satisfacción en estas instancias es un elemento importante para medir la evolución del Capital Intelectual de la Empresa.

El Capital Intelectual y la Gestión de

Conocimiento: La GC busca que el CI de una organización crezca, gestionando la "*Estructura Organizacional*". El gran reto de la GC es que el conocimiento no se puede gestionar como tal. Sólo es posible gestionar el proceso y el espacio para la generación del conocimiento.

La valorización del CI de una organización es importante, pero más relevante aún es generar los índices que permitan gestionarlo, para evidenciar su aporte en la obtención de ventajas competitivas sostenibles. 

Referencias:

- Bontis, Nick. (1998). There's a price on your head: Managing intellectual capital.
- Bontis, Nick. (1999) Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models.
- Stewart TA. (1998) La nueva riqueza de las organizaciones: El capital intelectual.
- Edvinsson L, Malone M (1997). Intellectual Capital
- Kaplan RS, Norton, DP (1992). Putting the balanced scorecard to work. Harvard Business Review 1992; September-October.