

# VALUACIÓN DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES PARA INTEGRARLOS A LA VALORACIÓN DE LA EMPRESA

Ortega Moran Manuel Francisco (1),  
Hernández Aguirre María del Rosario (2),  
Méndez Ramírez Emilia (3)

- 1 [Ingeniera en Gestión Empresarial, Instituto Tecnológico Superior de Irapuato] | [maneortega01@gmail.com]  
2 [Ingeniería en Gestión Empresarial, Irapuato, Instituto Tecnológico Superior de Irapuato] | [rosariohernandez9422@gmail.com]  
2 [Ingeniería en Gestión Empresarial, Irapuato, Instituto Tecnológico Superior de Irapuato] | [emmendez@itesi.edu.mx]

## Resumen

En la actual economía basada en la tecnología, el valor de los intangibles está rebasando al de los tangibles. La economía electrónica recompensa la fidelidad de marca y de cliente. Los intangibles pueden representar hasta 85% del valor percibido de una compañía, desgraciadamente, muchas empresas desconocen el poder de sus activos intangibles, otras tantas saben que beneficios les pueden traer, pero no tienen o no conocen los métodos para evaluarlos, provocando que las empresas desconozcan que factores les puedan ayudar a aumenten sus utilidades y su fuerza financiera.

En la actualidad existen diversas herramientas que nos pueden ayudar a conocer el valor de nuestros activos intangibles, por ejemplo el modelo Skandia, Technology Bróker o el modelo Monitor de Activos Intangibles;

evaluar el capital intelectual, que es uno de los activos intangibles con el que cuentan las organizaciones y que es de vital importancia, pero que a su vez no contemplan el valor que este trae a su organización.

Los resultados que esperamos obtener de esta investigación, es que las empresas aumenten su valor financiero al momento de tomar en cuenta sus activos intangibles y realizar la valuación de dichos activos.

## Abstract

In the current economy based in the technology, the value of the intangible is overcoming to the tangibles. The electronic econ

omy reward the fidelity of the brand and the customer. The intangibles could represent until 85% from the perceived value of a company, unfortunately, many companies are unaware the power of their intangibles assets, so many know what benefits it can bring to them, but they don't have or don't know the methods to evaluate, causing that the companies unaware what factors it can help to increase their utilities and their financial strength.

Currently there are several tools that can help us to know the value of our intangibles assets, for example The Skandia Model, Technology Broker, or model of Intangible Assets Monitor, all these models are useful to evaluate the intellectual capital, which is one of the intangibles assets which have the organizations and it's very important, but that in turn doesn't consider the value it brings to their organization.

The results that we expect obtain from this research, is that the companies increase their financial value at the moment to take in consideration their intangible assets and realize the valuation of such assets.

## Palabras Clave

Activo 1; Intangible 2; Valor 3; Fuerza Financiera 4; Información Financiera 5.  
todos estos modelos nos sirven para

## INTRODUCCIÓN

Los negocios operan actualmente en un entorno emocionante que se desarrolla a gran ritmo y en el que el conocimiento es el recurso primordial de creación de riqueza. La nueva economía lleva a las compañías a desarrollar nuevos métodos de trabajo, competencias y procesos basados en el conocimiento. Muchos de estos son invisibles para los tradicionales métodos y sistemas de contabilidad. Sin embargo, son el recurso que permite la innovación y el futuro valor de la compañía [1].

Los activos intangibles siempre han estado presentes en las organizaciones, el tema de su evaluación y su contribución al beneficio de la empresa es para dar una idea del concepto, si tratamos de valorar una empresa lo más evidente son los activos tangibles de la empresa (terrenos, edificio, maquinaria y equipo, mobiliario, etc.), estos determinan su valor en libros, pero faltaría evaluar la parte sobre el conocimiento humano, el saber-hacer, las competencias del personal, la propiedad intelectual, las marcas, las relaciones con los clientes y los conocimientos sobre el comportamiento del mercado, los cuales son algunos ejemplos de activos intangibles y que (sumados al valor en libros) determinen el valor de mercados, es decir lo que se está dispuesto a pagar por la empresa. [2]

La importancia de la elaboración de esta investigación radica en los posibles beneficios que traería a las compañías como puede ser:

1. Validar la capacidad de la organización para alcanzar sus metas.
2. Planificación de la investigación y desarrollo.
3. Proveer información básica para programas de reingeniería.
4. Proveer un foco para educación organizacional y programas de formación.

5. Calcular el valor de la empresa.
6. Base de información para clientes externos y clientes internos.

En este trabajo se describe el modelo Skandia, que es uno de los métodos que nos sirve para valorar el capital intelectual de nuestra organización.

## MATERIALES Y MÉTODOS

Existen algunos activos intangibles, como el conocimiento, que no se muestran en la información financiera de las entidades. El incremento de la productividad depende de la forma en que se aplica el conocimiento como ventaja competitiva. Los recursos intangibles cada vez son más importantes para las organizaciones pero no todos aparecen valorados en la información financiera porque son difíciles de controlar y de medir. En la actualidad el éxito empresarial es atribuible a los activos intangibles debido a sus características, se trata de activos de lenta y costosa acumulación, que coadyuvan a crear valor dentro de las organizaciones pero de difícil venta en el mercado [3]

Lograr una concientización por parte de la empresa a aplicar dicha investigación sobre la importancia de la consideración de los Activos Intangibles (capital intelectual) para la valoración de la empresa.

Para el caso de este proyecto el planteamiento de las hipótesis es en base a la gran importancia de tomar en cuenta los activos intangibles para la valoración de la empresa.  $H_0: \beta_1 = 0$   $H_a: \beta_1 \neq 0$  Donde  $\beta$  es nuestra organización y cero es el valor de la organización.

## Modelo SKANDIA NAVIGATOR

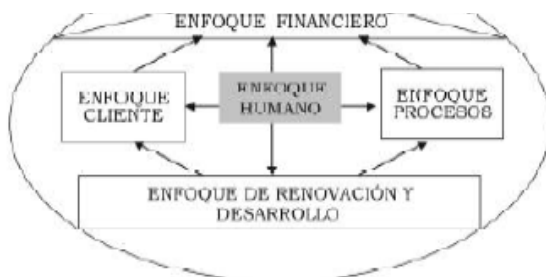
Creado Leif Edvisson a principios de la última década del siglo XX, resume los enfoques en los que las compañías deben prestar atención, estos enfoques dan forma, en el navegador a una especie de casa en la que el piso equivale al enfoque de renovación y desarrollo con el que se pretende dar importancia a la investigación para encontrar nuevas oportunidades de negocios. Es el futuro de la organización. Los muros son los enfoques los que sostienen el negocio actual. Son los que dan los ingresos. Por último, el enfoque financiero es el que refleja la historia pasada de la compañía y se muestra, por lo tanto, en los balances y en los libros de contabilidad. Todos estos enfoques están ligados por el más importante de ellos: el enfoque humano. [4]

Los indicadores tienen que ser medibles, complejos y armónicos (sin contradicciones) con las actividades. [1]

Skandia utiliza 90 indicadores agrupados en 5 categorías:

- Financiero: (20): facturación por empleado, valor de mercado por empleado.
- Clientes (22): número de clientes visitados, índice de satisfacción de clientes, clientes perdidos.

Ilustración 1 Modelo Navegador de Skandia



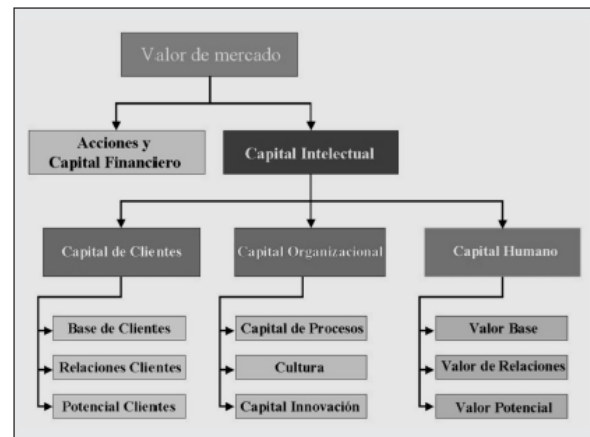
- Procesos: (16): Ratio de errores administrativos, gasto en sistemas de información por empleado.
- Renovación y Desarrollo (19): formación pro empleados, índice de satisfacción de los empleados.

- Personal (13): índice de liderazgo, rotación de empleados, conocimientos informáticos de los empleados.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Al momento de valorar los activos intangibles de la organización, aumentamos el valor de nuestra empresa, porque no solo se consideran los activos tangibles, si no también los activos intangibles. En esta investigación se está hablando de valorar el capital humano de la organización, con el cual al momento de valorarlo nos podemos dar cuenta que nuestra empresa tiene mayor valor económico.

Ilustración 2 Esquema de valores de Skandia



## CONCLUSIONES

En la actual economía basada en la tecnología, el valor de los intangibles está rebasando al de los tangibles. La economía electrónica recompensa la fidelidad de marca y de cliente. Los intangibles pueden representar hasta 85% del valor percibido de una compañía, [5] desgraciadamente, muchas empresas desconocen el poder de sus activos intangibles, otras tantas saben que beneficios les pueden traer, pero no tienen o no conocen los métodos para evaluarlos, provocando que las empresas desconozcan que factores les puedan ayudar a aumenten sus utilidades y su fuerza financiera.

En caso de que en determinado momento el propietario de la organización decida vender su

empresa, sin incluir sus activos intangibles dentro de su valor vendería su empresa a un costo bajo en comparación de que si tomara en cuenta sus activos intangibles, porque se está hablando de activos intangibles como: la marca, capital intelectual, fidelización del cliente, franquicias, patentes, relación con sus proveedores, derechos de autor, secretos comerciales, crédito mercantil, nombre la organización, procesos administrativos, sistemas de redes, relaciones financieras.

Por consiguiente el empresario al ver la cantidad de activos intangibles que no está considerando se percatara del valor y la importancia que estos generan en el precio de su organización.

## AGRADECIMIENTOS

M.F. C.P: Emilia Méndez Ramírez.

ING: Geraldo Alberico Llamas Pérez.

## REFERENCIAS

Libro:

[1] Valhondo, D. (2002). Gestión del Conocimiento del mito a la realidad. Madrid, (1er. Ed.). Díaz de Santos.

[4] Mesa, I.D. (2004). En La gestión del conocimiento. (1era. Ed. 2004) Los Modernos alquimistas. Epistemología corporativa y gestión del conocimiento. (pp 182-183). Colombia. Netbiblo.

[5]. Hongren, C.T. (2003). En. Activos de planta y activos intangibles. (8va. Ed.) Contabilidad. (pp 480-495) México. Pearson.

Artículo:

[2] González, M.A. (2004). La evaluación de los activos intangibles: modelos y su implementación.

[3] Yolanda, F.C. (2010). Valoración de los activos intangibles. Revista del Centro de investigación.