

Divulgación de Información sobre el CI. El caso de la Universidad Nacional de Río Cuarto.

García, Gabriela Analía, Bersía, Paola, Ficco, Cecilia Rita y Freites, Brisa Agustina.

Cita:

García, Gabriela Analía, Bersía, Paola, Ficco, Cecilia Rita y Freites, Brisa Agustina (2021). *Divulgación de Información sobre el CI. El caso de la Universidad Nacional de Río Cuarto. X Congreso de Administración del Centro de la República. VI Congreso de Ciencias Económicas del Centro de la República. VII Encuentro Internacional de Administración del Centro de la República. Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales | Escuela de Ciencias Económicas | Secretaría de Internacionalización UNVM, Villa María.*

Dirección estable:

<https://www.aacademica.org/xcongresodeadministraciondelcentrodelarepublica/38>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/enkY/caU>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.

Para ver una copia de esta licencia, visite

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

**Divulgación de Información sobre el CI. El caso de la Universidad Nacional de la Río
Cuarto.**

**Eje 2: El talento humano y el capital intelectual. Recursos para alcanzar la
transformación organizacional**

Autores:

García, Gabriela Analía

IACS – Universidad Nacional de Villa María

FCE- Universidad Nacional de Río Cuarto

ggarcia@fce.unrc.edu.ar

Bersía, Paola

FCE- Universidad Nacional de Río Cuarto

pbersia@fce.unrc.edu.ar

Ficco, Cecilia Rita

IACS – Universidad Nacional de Villa María

FCE- Universidad Nacional de Río Cuarto

cficco@fce.unrc.edu.ar

Freites, Brisa Agustina

Becaria FCE- Universidad Nacional de Río Cuarto

brisafreites@gmail.com

Resumen

La producción de información sobre el CI de las instituciones universitarias resulta imprescindible para valorar y comunicar aspectos vinculados a la eficiencia de los procesos de gestión del conocimiento, lo que contribuye no solo a mejorar esos procesos a nivel interno, sino también, a atender los intereses informativos de los distintos grupos que tienen interés en el desarrollo de sus actividades. En este marco, el presente trabajo tiene como intención compartir los avances realizados en un proyecto de investigación en curso cuyo eje problemático se centra en el ámbito de la divulgación de capital intelectual (CI) de las Universidades, en particular, de la Argentina, siendo su propósito fundamental estudiar algunos aspectos referidos a las prácticas o políticas de divulgación

de información sobre CI que adoptan las Universidades Argentinas. Para dar cumplimiento a ello se desarrolló una investigación empírica de carácter descriptivo sustentada en la estrategia de análisis de contenido, a través de la cual se pretende dar respuesta a los siguientes interrogantes: ¿cuáles son los medios o formatos que utilizan las universidades para suministrar información sobre su CI?, ¿qué características presentan?, ¿qué tipo de información sobre intangibles revelan?; y ¿cuáles son los elementos intangibles humanos, estructurales y relacionales sobre los que brindan información en cada uno de ellos? En este marco, el presente trabajo tuvo como principal objetivo analizar la información sobre CI que produce y divulga la UNRC, particularmente la contenida en el Informe de Autoevaluación y su sitio web. El análisis realizado pone de manifiesto, por un lado, que la UNRC revela información sobre todos los componentes del CI, tanto sea a través del IA como de su sitio web. Por el otro, que el IA es el medio de comunicación que concentra la mayor cantidad de información sobre el CI de la institución bajo estudio.

Palabras clave: Capital Intelectual - Divulgación – Universidad Nacional de Río Cuarto

Introducción

En la sociedad actual, los activos vinculados al conocimiento representan la principal fuente de las competencias y capacidades de una nación, de allí que se consideran esenciales para el crecimiento económico, el desarrollo humano y la calidad de vida en una sociedad (Malhotra, 2003, Bersía, García y Chiaramello, 2019).

Las universidades, como productoras de conocimiento, tienen un rol destacable en este contexto, al apoyar la creación de capital humano y contribuir al desarrollo local. En este sentido se entiende que el conocimiento producido por estas organizaciones deriva de sus funciones esenciales, sea a través de la investigación científico-tecnológica (resultados de investigación, publicaciones, etc.), del ejercicio de la docencia (formación de estudiantes de pregrado, grado y posgrado), de las relaciones productivas que entabla con los grupos de interés y de la gestión del conocimiento que producen (Ramírez y Santos, 2013; Sleimen, Rojas y Coringrato, 2008).

Estos activos vinculados al conocimiento son habitualmente agrupados bajo la denominación de capital intelectual (CI), que representa un concepto holístico (Carlucci

y Schiuma, 2007) que abarca todas las formas de elementos intangibles (Cañibano, Sánchez, García y Chaminade, 2002) que resultan esenciales para la creación de valor y la creación y sostenimiento de la ventaja competitiva en las organizaciones, entre las que destaca el conocimiento disponible, tanto a nivel individual como organizativo (Edvinsson, 2002; Ficco, 2020). De este modo, el CI incluye elementos de diversa índole que pueden agruparse en una serie de dimensiones o categorías, siendo las correspondientes a capital humano, estructural y relacional, las que identifican la mayor parte de los autores.

En este marco de ideas, el CI de las universidades debe entenderse como el conjunto de elementos intangibles que le permiten generar valor para sí y para la sociedad, por lo que parece imprescindible su identificación y medición, tanto para su adecuada gestión interna como para su comunicación a los distintos grupos que tienen interés en el desarrollo de las actividades universitarias.

En lo que respecta al estudio del CI en este ámbito, en los últimos años han comenzado a desarrollarse investigaciones que pueden agruparse en dos grandes líneas. Por un lado, se encuentran aquellas que analizan las prácticas de divulgación de CI por parte de las universidades, tal como se aprecia en los trabajos de Low, Samkin y Li (2015), Sangiorgi y Siboni (2017), Di Berardino y Corsi (2018), Ramírez, Merino y Manzanque (2019). Por otro lado, se destacan las que han demostrado la preocupación por generar propuestas para la identificación, medición y gestión del CI universitario y para su comunicación hacia distintos *stakeholders* (Fazlagic, 2005; Sánchez y Elena, 2006; Ramírez y Santos, 2013; Secundo, Dumay, Schiuma y Passiante, 2016; Axtle y Acosta, 2017). En estos trabajos se destaca el interés por evidenciar la importancia de que, en un entorno socioeconómico como el actual, las universidades públicas produzcan y comuniquen información relevante referida al desempeño de sus actividades y a los factores que son clave para el desarrollo de las mismas: sus intangibles, tanto para satisfacer necesidades propias de la gestión universitaria como para atender los intereses informativos de distintos grupos de interés.

En este contexto, en el que se destaca la importancia de que las universidades produzcan y compartan información sobre su CI, se enmarca esta ponencia, la cual tiene como propósito analizar la información que la UNRC produce y divulga en relación con su CI. Para abordar este propósito se plantean los siguientes interrogantes: ¿cuáles son

los medios o formatos que utiliza la UNRC para suministrar información sobre su CI?, ¿qué características presentan?, ¿qué tipo de información sobre intangibles revela?; y ¿cuáles son los elementos intangibles humanos, estructurales y relacionales sobre los que brinda información en cada uno de ellos?

Para dar respuesta a estas preguntas, y cumplir el objetivo antes planteado, se realiza un estudio de tipo descriptivo sustentado en la estrategia de análisis de contenido. Los datos utilizados para la investigación provienen de la información de acceso público correspondiente a la UNRC. Concretamente, se usaron dos fuentes principales: el Informe de Autoevaluación Institucional, elaborado en 2019, y su sitio web.

De este modo, tras esta introducción, la ponencia se presenta dividida en cuatro partes. En la primera se presenta el marco conceptual del CI en el ámbito universitario, en la segunda se describen los aspectos metodológicos y, en la tercera, se presentan los resultados obtenidos y su discusión. Finalmente, se exponen las conclusiones.

Marco conceptual: el capital intelectual en el ámbito universitario

Tal como indicábamos en la introducción, el CI es un concepto amplio, que incluye una variada gama de elementos intangibles que tienen, esencialmente, naturaleza cognitiva.

En este sentido, conocimiento y CI son conceptos estrechamente vinculados, lo que queda claramente plasmado en el artículo de revisión de Ficco (2020), donde se realiza un análisis de la conceptualización del CI, desde que el concepto tiene su auge inicial en la década de los ochenta del siglo pasado hasta la actualidad. En dicha revisión se advierte que diversos autores han vinculado las nociones de conocimiento y CI, lo que resulta congruente con las ideas postuladas por Nonaka (1991), quien destaca al conocimiento como la única fuente duradera de ventaja competitiva. Estas definiciones se recogen en la Tabla 1.

Tabla 1. Definiciones de CI asociadas al concepto de conocimiento

Autores	Conceptualización del CI
Nahapiet y Ghoshal (1998)	Conocimiento y capacidad de comprensión de una colectividad social (organización, comunidad intelectual o práctica profesional)
Ross, Roos, Dragonetti y Edvinsson (2001)	Suma del conocimiento de los miembros de la organización y de la interpretación práctica de este conocimiento

Viedma (2007)	Conocimiento y otros intangibles que crean o producen valor en el presente, y aquellos conocimientos y otros intangibles que pueden crearlo o producirlo en el futuro
Carlucci y Schiuma (2007)	Diferentes categorías de activos de conocimiento organizacionales
Bueno, Salmador y Merino (2008)	Acumulación de conocimiento que crea valor o riqueza cognitiva poseída por una organización
Martín, Navas, López y Delgado (2010)	Conjunto de recursos intangibles y capacidades, basados en información y conocimiento, de carácter tanto individual, como colectivo/social, que la organización posee o controla en un determinado momento del tiempo, y que puede ser fuente del logro y sostenimiento de la ventaja competitiva
Sardo y Serrasqueiro (2018)	Actividades y procesos basados en el conocimiento que contribuyen a la innovación, a la creación de valor y al logro de ventajas competitivas y beneficios futuros para las organizaciones

Fuente: Ficco (2020) y elaboración propia

Bajo Este marco conceptual, se puede apreciar que el CI adquiere especial relevancia dentro de las universidades, por ser el conocimiento el principal resultado e insumo en estas instituciones (Cañibano y Sánchez, 2008). En particular, el CI universitario refiere al conjunto de recursos no tangibles o no físicos de la institución, lo que incluye, tal y como lo indican Ramírez y Santos (2013), sus procesos, su capacidad de innovación, sus patentes, el conocimiento tácito de sus miembros, sus capacidades, talentos y destrezas, el reconocimiento de la sociedad, su red de colaboradores y contactos, entre otros.

En lo que respecta a los distintos elementos intangibles que pueden tener cabida en el concepto de CI, la revisión de los aportes más relevantes en ese sentido permite advertir que, aunque se trata de elementos de diversa índole, se pueden agrupar en torno a las tres dimensiones o categorías que mencionábamos en la introducción, a saber: capital humano (CH), capital estructural (CE) y capital relacional (CR).

En el ámbito universitario, tal y como señalan Bueno et al. (2002), el CH recoge los conocimientos y capacidades de los miembros de las universidades (es decir, profesores, investigadores y resto del personal), que son adquiridos mediante los procesos de educación formal e informal, la socialización y la actualización propios de su actividad. El CE, en cambio, está conformado por el conocimiento que la institución universitaria ha logrado incorporar, internalizar, sistematizar y procesar a través de sus actividades, comprendiendo los sistemas y procesos de la estructura organizativa. Por último, el CR

se encuentra vinculado a la capacidad que posee la universidad para integrarse a su entorno e incluye el conjunto de relaciones económicas, políticas e institucionales que mantiene con diferentes agentes que configuran su ámbito de actuación. La Figura 1 sintetiza los distintos elementos que integran cada una de estas dimensiones en las universidades.

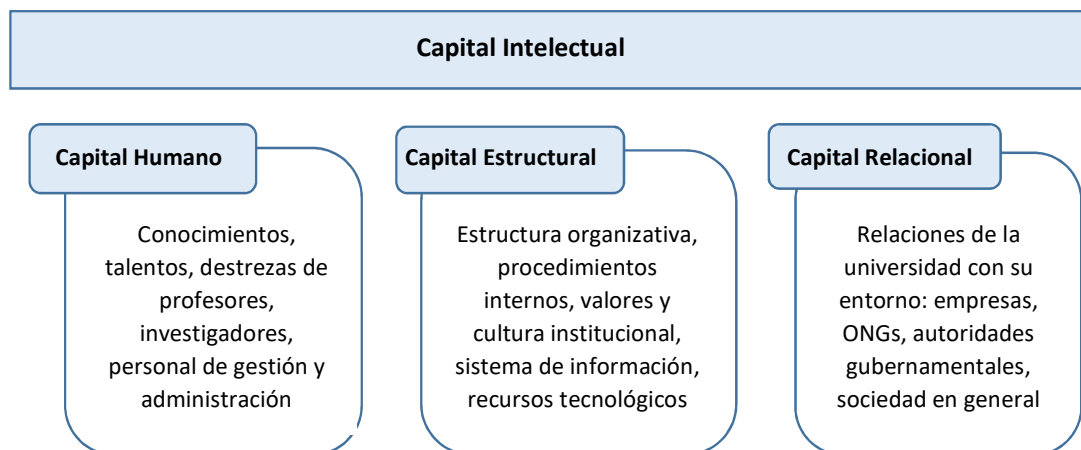


Figura 1: Componentes del capital intelectual de las universidades

Fuente. Bersía y Ficco (2020)

Metodología

Para dar cumplimiento al objetivo planteado en esta investigación se realizó un estudio de alcance descriptivo, en el que se aplicó un diseño no experimental sustentado en la estrategia de análisis de contenido. Las fuentes de información utilizadas fueron dos: el Informe de Autoevaluación Institucional 2019, en adelante IA, y el sitio web institucional¹. El primero se trata de un informe de presentación obligatoria, documento base para el proceso de evaluación institucional a cargo de la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU). El segundo se configura en un instrumento de divulgación emergente en el ámbito mundial (Católico, 2021; Lombardi & Dumay, 2017; Cuzzo, Dumay, Palmaccio y Lombardi, 2017). El interés por esta fuente radica en la relevancia que ha cobrado en los últimos años al crear oportunidades para que las universidades divulguen su información de CI a las partes interesadas de

¹ El tiempo en el que se realizó la indagación en el IA y el sitio web fue entre junio y agosto del 2021. Se trabajó sobre el AI 2019, siendo el último disponible.

manera oportuna y obtengan información relevante sobre su impacto en la sociedad (Ramírez y Tejada, 2019; Católico, 2021).

El análisis de contenido fue aplicado para la recolección y el análisis de los datos obtenidos de las dos fuentes anteriormente mencionadas. En palabras de Andréu (2002), es una técnica de investigación que se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que debe ser sistemática, objetiva, replicable, y válida. En ese sentido es semejante a cualquier otra técnica de recolección de datos. Lo característico del análisis de contenido es que combina la observación y producción de los datos, y la interpretación o análisis de los mismos, permitiendo describir el contenido de una comunicación y aportar deducciones sobre sus efectos (Castilla y Ruiz, 2017; Berelson, 1952; Holsti, 1969; Krippendorff, 1990; Bardin, 2002). Para su aplicación en este estudio se ha seguido los pasos metodológicos propuestos por Andréu (2002), los que se presentan a continuación:

- a. Determinar las unidades objeto de análisis.
- b. Determinar el sistema de categorías.
- c. Determinar las reglas de codificación.
- d. Comprobar la fiabilidad del sistema de codificación-categorización.
- e. Inferencias.

Para determinar las unidades objeto de análisis será necesaria la identificación de tres tipos de unidades: de muestreo, de registro y de contexto. Las unidades de muestreo utilizadas son el IA y el sitio web institucional, identificados en este estudio como los portadores de las comunicaciones objeto de análisis. Como unidad de registro, o unidad de significación que se ha de codificar (Bardin, 2002), se identifica a las frases, entendidas como conjunto de palabras. Finalmente, se establece como unidad de contexto, o “porción de la unidad de muestreo que tiene que ser examinada para poder caracterizar una unidad de registro” (Andréu, 2002, p. 13), a los temas o apartados, en el caso del IA, y a las secciones, en la web institucional.

Lo siguiente, será transformar los datos brutos contenidos en ambas comunicaciones en valores numéricos, para lo cual deberá definirse un sistema de categorías de análisis y una regla de codificación.

El sistema de categorías empleado en esta investigación toma como base los indicadores que componen el modelo de informe de CI propuesto por Leitner et al. (2014), bajo la

adaptación realizada por Católico (2021) para las universidades colombianas. De este modo, cada componente del modelo representará una categoría y cada indicador asociado una subcategoría.

El modelo de Leitner et al (2014) reconoce como componentes del CI a sus tres dimensiones principales, es decir, capital humano, capital estructural y capital relacional, como así también los procesos que la institución lleva adelante a través de sus funciones básicas: educación, investigación y extensión, con sus correspondientes resultados e impactos. En este sentido, el modelo no sólo refleja el CI que le sirve de base a la institución para generar conocimiento, sino también los procesos que despliega para crear ese conocimiento, junto a los resultados que obtiene en el desarrollo de los mismos. De modo que, incluye indicadores para cada componente base del CI (CH, CE y CR) e indicadores de procesos y resultados para las diferentes actividades, los que se presentan en la Tabla 1.

Tabla 1: Componentes e indicadores del CI en la Universidades

Componente del CI	Indicadores
Capital humano	
	CH1 Planta de personal docente a tiempo completo
	CH2 Personal docente con doctorado
	CH3 Programas de formación para el personal docente
	CH4 Docentes con grado de profesor titular
	CH5 Relación estudiantes - docentes
	CH6 División de la planta por género
	CH7 Duración media o antigüedad de los docentes como empleados
	CH8 Nuevo personal docente y de investigación
	CH9 Personal en formación
Capital estructural	
	CE1 Inversión de capital en infraestructura
	CE2 Inversión en recursos bibliográficos
	CE3 Oferta de programas académicos, cursos, diplomados o módulos
	CE4 Nuevos programas académicos, cursos, diplomados o módulos
	CE5 Sistemas de información y comunicación
	CE6 Inversión de capital en los procesos de investigación (equipamiento)
	CE7 Definición y desarrollo de líneas de investigación
	CE8 Programas o proyectos de investigación
Capital relacional	
	CR1 Promoción institucional

VI Congreso de Ciencias Económicas del Centro de la República. X Congreso de Administración del Centro de la República. VII Encuentro Internacional de Administración del Centro de la República. “Las Ciencias Económicas ante los nuevos escenarios. Desafíos para el desarrollo y oportunidades para innovar “

	CR2 Movilidad de estudiantes
	CR3 Personal académico con títulos obtenidos en otra institución nacional o extranjera
	CR4 Profesores visitantes
	CR5 Programas académicos en convenio con otras universidades
	CR6 Estudiantes extranjeros
Capital de procesos: educación	
	CP.E1 Programas ofrecidos en un idioma extranjero
	CP.E2 Estudiantes satisfechos con la labor docente
	CP.E3 Estudiantes satisfechos con aulas, laboratorios y bibliotecas
	CP.E4 Estudiantes satisfechos con la estructura de los programas académicos
	CP.E5 Deserción grado y posgrado
	CP.E6 Promedio de visitas a la biblioteca o préstamo externo por alumno
	CP.E7 Ocupación de salas de conferencias y seminarios
	CP.E8 Estudiantes en programas con doble titulación
	CP.E9 Estudiantes beneficiados con becas internas o con recursos estatales o de privados
	CP.E10 Estudiantes que participan en programas internacionales
	CP.E11 Estudiantes satisfechos con los programas de intercambio
Capital de procesos: investigación	
	CP.I1 Ocupación de laboratorios
	CP.I2 Participación en redes académicas y de investigación
	CP.I3 Organización de eventos científicos
	CP.I4 Movilidad del personal docente
Capital de procesos: extensión	
	CP.TM1 Organización de eventos culturales y sociales
	CP.TM2 Relaciones con medios de comunicación
	CP.TM3 Relaciones con otras universidades
	CP.TM4 Relaciones con la sociedad en general
	CP.TM5 Relaciones con el mundo empresarial y organismos públicos
Resultados e impactos: educación	
	RI.E1 Tasa de terminación de estudios (grado y posgrado)
	RI.E2 Tiempo promedio de graduación para estudiantes de grado y pregrado
	RI.E3 Tiempo promedio de graduación para estudiantes de posgrado
	RI.E4 Calidad en la gestión académica
	RI.E5 Resultados en pruebas de Estado

	RI.E6 Empleabilidad de sus graduados
Resultados e impactos: investigación	
	RI.I1 Número de publicaciones por personal académico en revistas
	RI.I2 Otra producción intelectual (actas, libros, guías, videos, etc.)
	RI.I3 Publicaciones científicas entre las 10% más citadas en el mundo
	RI.I4 Promedio de citas por publicación (últimos cinco años)
	RI.I5 Co-publicaciones científicas internacionales por investigador
	RI.I6 Proyectos de investigación financiados con fondos nacionales
	RI.I7 Proyectos de investigación financiados internacionalmente / de manera externa
	RI.I8 Categorización de los investigadores o grupos de investigación ante organismos nacionales o internacionales
	RI.I9 Tesis de doctorado y maestría finalizadas
	RI.I10 Conferencias y/o exposiciones en eventos académicos
	RI.I11 Cantidad de patentes
Resultados e impactos: extensión	
	RI.TM1 Cantidad de intervenciones al medio (cursos, asesoramiento, actividades/acciones)
	RI.TM2 Patentes concedidas
	RI.TM3 Ingresos por licencias y patentes
	RI.TM4 Coediciones público-privadas (obras artísticas, libros, publicaciones científicas)
	RI.TM5 Premios y reconocimientos recibidos

Fuente: Elaboración propia, a partir del modelo propuesto por Católico (2021)

Seleccionadas las categorías y subcategorías, el paso siguiente es la codificación. Así, se ha definido como regla de codificación la presencia o ausencia de los indicadores antes descriptos, asignando el valor numérico de “1” cuando la información se encuentra presente en las fuentes analizadas y “0” en la situación inversa. En este proceso se han seguido una serie de normas, a saber: se codifican frases, tablas, gráficos, cuadros y diagramas pero no imágenes; la repetición de los ítems se considera una sola vez y todas las frases tienen la misma importancia (Castilla y Ruiz, 2017).

A los fines de asegurar la fiabilidad del sistema de codificación, y siguiendo lo sugerido por Andréu (2002), el mismo procedimiento fue realizado por dos codificadores independientes, arribando a un coeficiente de acuerdo del 86.15% para el IA y del 92.30% para la web. Valores que se consideran aceptables por ser mayor al 70%, que es el mínimo exigido en este tipo de estudios, tal como lo exponen Castilla y Ruiz (2017).

Finalmente, para poder interpretar la información codificada, es decir inferir o explicar lo que hay en el texto, se elabora un índice de divulgación por cada fuente de información, los que, de acuerdo a lo indicado anteriormente, son índices no ponderados y basados en el enfoque dicotómico. Cada índice permite contar con una medida agregada de la cantidad de información revelada dentro de las fuentes específicas analizadas, comparando los indicadores del CI efectivamente divulgados por la UNRC frente al número total de indicadores que se esperarían sean revelados en cada una de las comunicaciones (65 indicadores).

Resultados

Los resultados obtenidos para los índices calculados con el objeto de estudiar qué cantidad de información sobre CI revela la UNRC (IDCI), a través de las dos fuentes de información, se exponen en la Tabla 2. En ella, se presentan índices determinados para el conjunto de indicadores correspondientes a cada uno de los componentes del CI definido en el modelo. Los valores del índice indican la proporción de indicadores sobre los que la universidad suministra información correspondiente a cada categoría (componente); por lo tanto, si el índice asume valor uno, ello significa que la institución ha brindado información sobre la totalidad de los indicadores esperados.

Tabla 2: Resultados del IDCI a partir de la fuente de información

Componentes de CI	Total de indicadores	IA	Web
Capital Humano	9	0.89	0.33
Capital estructural	8	0.88	0.75
Capital relacional	6	0.83	0.67
Capital de procesos: educación	11	0.45	0.18
Capital de procesos: investigación	4	0.50	0.50
Capital de procesos: extensión	5	0.80	0.80
Resultados e impactos: educación	6	0.83	0.17
Resultados e impactos: investigación	11	0.36	0.18
Resultados e impactos: extensión	5	0.40	0.40
IDCI n=65	65	0.646	0.40

Los valores presentados en la Tabla 2 permiten advertir que la universidad revela información sobre todos los componentes del CI incluidos en el modelo propuesto, tanto a través del IA como de su sitio web, ya que todos los IDCÍ asumen valores mayores a 0. Cuando se hace un análisis comparando la cantidad de información divulgada por cada una de las fuentes se observa que el IA logra un mejor índice general (0.646) frente al obtenido para la web (0.40). Ello podría explicarse a partir de las características y los fines que persiguen ambas comunicaciones, las que, a su vez, van dirigidas a usuarios distintos. En el caso del IA, que es de presentación obligatoria, tiene como principales propósitos la evaluación de la gestión y la rendición de cuentas, de allí que la información que presenta sea más exhaustiva, siendo sus principales destinatarios la propia institución y la CONEAU. En tanto que la información contenida en la web tiene como principal finalidad difundir sus actividades y fortalecer la imagen institucional. En este sentido autores como Schimmel, Motley, Racic, Marco y Eschenfelder (2010), han comprobado que la información publicada en la web tiene una gran influencia en la elección de la universidad por los estudiantes, lo que demuestra su gran potencial como medio de comunicación.

Volviendo al resultado, si bien, es compatible con el obtenido por Católico (2021) para las universidades colombianas, difiere de otros estudios desarrollados para el contexto europeo (Bisogno *et al.*, 2018; Manes *et al.*, 2018, Bezhani, 2010). Ello podría obedecer a que universidades ubicadas en países emergentes, como es el caso de Argentina y Colombia, aún “ven en el informe de gestión la principal fuente de rendición de cuentas, por lo que puede ser la fuente de información en la que sus interesados logran la mayor evidencia de la gestión de su CI” (Católico, 2021, p.51).

Al analizar cada una de las fuentes por separado se advierte que, en el IA las categorías informativas más reveladas fueron las que representan los componentes básicos del CI, es decir: capital humano (0.89), capital estructural (0.88), y capital relacional (0.83); seguidos en importancia por los resultados e impactos de las actividades vinculadas a la educación (0.83) y el capital de procesos de extensión (0.80). Por el contrario, los indicadores menos divulgados fueron: resultados e impactos de la investigación (0.36) y de las actividades de extensión (0.40).

Tal comportamiento pone de manifiesto que en el IA se hace un esfuerzo por describir aspectos vinculados a los recursos humanos con los que cuenta la institución (CH), a su

estructura organizativa, es decir, los sistemas y procesos que le permiten internalizar el conocimiento generado (CE) y los programas y convenios que le permiten relacionarse e integrarse con el entorno (CR).

Con relación al CH, no sólo describe sus recursos humanos en términos de su suficiencia y capacidad (planta docente *full-time*, relación estudiantes-docentes, docentes con cargo de profesor/a titulares) sino también su calidad, expresada en función de los grados de formación logrados (cantidad de doctores). También informa sobre los programas de formación para docentes que ofrece la misma universidad y los niveles de participación en los mismos (programas de formación y personal en formación).

Respecto al CE, revela información sobre la totalidad de los indicadores a excepción de uno, referido a la inversión en equipamiento para investigación, ya que sólo se explicita en el documento el origen de los fondos destinados a Ciencia y Técnica (CyT). Algo similar sucede con el CR, el único indicador sobre el que no se ofrece información refiere al personal académico que se ha titulado fuera de la UNRC, ya sea en una universidad nacional o extranjera.

Como se mencionara con anterioridad, las categorías sobre las que menos se informa en el IA se relacionan con los productos o resultados de las actividades de investigación y extensión. Ello podría obedecer, en el primer caso, a que muchos de los ítems de la categoría reseñan cuestiones vinculadas a las características y calidad de las publicaciones científicas realizadas por sus investigadores, cuestión que no es revelada por la institución, ya que sólo se informa sobre las publicaciones realizadas en la propia universidad. En relación con los resultados de la extensión universitaria, en el documento solo se mide el impacto de las actividades de vinculación en términos de cantidad de intervenciones al medio, a través de eventos, talleres, cursos, expresiones artísticas, y de publicaciones en coedición junto a otros sellos editoriales y actores.

Resta analizar la información exhibida a través de la web. Al observar los valores de los IDCI para cada categoría bajo estudio, se hace evidente que la cantidad de información divulgada en relación con la totalidad de los componentes es menor y, en algunos casos, significativamente menor, como en CH y en lo referido a los resultados e impactos de la educación.

Los aspectos sobre los que más información se brinda en la web refieren a la cantidad de redes, convenios, protocolos, proyecto y demás instrumentos que le permiten, a la

universidad, formalizar sus vínculos e intercambios con el entorno, los que se encuentran agrupados en las categorías CR (0.67) y capital de procesos de extensión (0.80). También, sobre las cuestiones concernientes al CE, es decir, a su estructura organizativa y capital científico-tecnológico (0.75), que incluye desde la descripción de los sistemas y servicios de información y comunicación disponibles y las líneas y proyectos de investigación en ejecución, hasta su oferta académica.

Finalmente, podría afirmarse que las categorías sobre las que más se informa en ambas fuentes son CE, los procesos de extensión y el CR, en ese orden.

Conclusión

Las universidades, como productoras de conocimiento, cumplen un rol destacado en el desarrollo de la sociedad en la que se insertan. Ahora bien, para que el conocimiento que las universidades generan, a través de sus funciones esenciales (educación, investigación, extensión), trascienda a la sociedad, resulta imprescindible poner el acento en la divulgación de ese conocimiento generado.

En esta línea, el presente trabajo se enfocó en el análisis de la información sobre CI que divulga la UNRC, particularmente la contenida en su IA y en su sitio web. A modo de síntesis, los resultados presentados permiten advertir que la UNRC revela información sobre todos los componentes del CI incluidos en el modelo aplicado, tanto sea a través del IA como de su sitio web. Cuando se hace un análisis comparativo entre ambas fuentes de información se observa que el IA es el medio de comunicación que concentra la mayor cantidad de información sobre el CI de la institución bajo estudio. Ello podría explicarse a partir de los fines que persiguen ambas comunicaciones, ya que el primero tiene como propósito principal la evaluación de la gestión y la rendición de cuentas, por lo que resulta esperable que la divulgación realizada a través del mismo sea más exhaustiva. En cambio, el sitio web tiene como finalidad la promoción institucional, por lo que es entendible que la extensión de la información contenida en el mismo resulte significativamente menor, así como su naturaleza. Este hallazgo es compatible con otros estudios realizados en países emergentes (Católico, 2021).

Finalmente, los resultados obtenidos permiten advertir que, mientras el IA pone mayor énfasis en la divulgación de los componentes básicos del CI (CH, CE, CR), la web lo hace

en la descripción de los instrumentos y medios de los que se vale la universidad para vincularse con su entorno (capital de proceso de extensión).

Como continuidad de este estudio, resultará interesante comparar las prácticas de divulgación del CI asumidas por la UNRC, con las de las restantes universidades argentinas, cuestión que será abordada en siguientes producciones de este equipo de investigación.

Referencias Bibliográficas

Andréu, J. (2002). *Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada*. Sevilla: Fundación Centro de Estudios Andaluces.

Axtle, M. y Acosta, J. (2017). Medición y gestión del CI en las instituciones de educación superior. *Dimensión Empresarial*, 15(1), 103-115.

Bardin, L. (2002). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal.

Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Glencoe: Free Press.

Bersía, P. y Ficco, C. (2020). El papel de los modelos de capital intelectual en el análisis de la contribución de las universidades al desarrollo: Un estudio empírico en la Facultad de Ciencias Económicas de la UNRC. *Revista Perspectivas de las Ciencias Económicas y Jurídicas*, 11(1), en prensa.

Bersía, P., García, G. y Chiaramello, P. (2019). *Capital Intelectual: un análisis comparativo de los modelos de medición aplicables al ámbito universitario*. Trabajo presentado en las XXVI Jornadas de Intercambio de Conocimientos Científicos y Técnicos. Río Cuarto, Argentina.

Bezhan, I. (2010). Intellectual capital reporting at UK universities. *Journal of Intellectual Capital*, 11(2), 179-207. <https://doi.org/10.1108/14691931011039679>.

Bisogno, M., Dumay, J., Manes, F. & Tartaglia, P. (2018). Identifying future directions for IC research in education: a literature review. *Journal of Intellectual Capital*, 19(1), 10-33. <https://doi.org/10.1108/JIC-10-2017-0133>.

Bueno, E. et al. (2002). Indicadores de capital intelectual aplicados a la actividad investigadora y de gestión del conocimiento en las universidades y centros públicos de investigación de la comunidad de Madrid. En A. Modrego (Ed.), *Capital intelectual y producción científica* (pp. 19-69). Madrid: Dirección General de Investigación, Consejería de Educación, Comunidad de Madrid.

- Bueno, E., Salmador, M. y Merino, C. (2008). Génesis, concepto y desarrollo del capital intelectual en la economía del conocimiento: Una reflexión sobre el Modelo Intellectus y sus aplicaciones. *Estudios de Economía Aplicada*, 26(2), 43-63.
- Cañibano, L. y Sánchez, P. (2008). “Intellectual Capital Management and Reporting in Universities and Research Institutions” en *Estudios de Economía Aplicada*, 26(2), pp. 7-26.
- Cañibano, L., Sánchez, M., García, M. y Chaminade, C. (2002). *Directrices para la gestión y difusión de información sobre intangibles (Informe de CI)*. Proyecto Meritum. Madrid: Fundación Airtel Móvil.
- Carlucci, D. y Schiuma, G. (2007). Exploring intellectual capital concept in strategic management research. En L. Joia (Ed.), *Strategies for Information Technology and Intellectual Capital: Challenges and Opportunities* (pp. 10-28). London: Idea Group.
- Castilla-Polo, F. & Ruiz-Rodríguez, M. (2017). La divulgación de intangibles en entidades financieras: un análisis de contenido. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, DOI:10.1080/02102412.2017.1346912
- Católico, D. (2021). Las nuevas tecnologías en la divulgación del capital intelectual: análisis en universidades colombianas. *Apuntes Contables* (28).
- Cuozzo, B.; Dumay, J.; Palmaccio, M. & Lombardi, R. (2017). Intellectual capital disclosure: a structured literature review. *Journal of Intellectual Capital*, 18(1), 9-28.
- Di Berardino, D. y Corsi, C. (2018). A quality evaluation approach to disclosing third mission activities and intellectual capital in Italian universities. *Journal of Intellectual Capital*, 19(1), 178-201.
- Edvinson, L. (2002) El Capital Intelectual (IC) como la nueva riqueza de las naciones. Madrid: Organización e innovación: una nueva mirada.
- Fazlagic, A. (2005). *Measuring the intellectual capital of a university*. Trabajo presentado en la Conference on Trends in the Management of Human Resources in Higher Education. París, Francia.
- Ficco, C. (2020). Una revisión del concepto de capital intelectual y de las principales alternativas para su identificación y medición. *Revista Activos*, 18(1), 1-42.

- Holsti, R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Massachusetts: Addison-Wesley.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Empresa.
- Leitner, K., Elena, S., Fazlagić, J., Kalemis, K., Martinaitis, Ž., Secundo, G., Zaksa, K. (2014). A Strategic Approach for Intellectual Capital Management in European Universities. Guidelines for Implementation.
- Lombardi, R. & Dumay, J. (2017). Guest editorial. *Journal of Intellectual Capital*, 18(1), 2-8.
- Low, M., Samkin, G. y Li, Y. (2015). Voluntary reporting of intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, 16(4), 779-808.
- Malhotra, Y. (2003). Measuring knowledge assets of a nation: knowledge systems for development. In Invited Research Paper Sponsored by the United Nations Department of Economic and Social Affairs. Keynote Presentation at the Ad Hoc Group of Experts Meeting at the United Nations Headquarters, New York.
- Manes, F., Nicolò, G. & Tartaglia, P. (2018). New trends in intellectual capital reporting: Exploring online intellectual capital disclosure in Italian universities. *Journal of Intellectual Capital*, 19(4), 814-835.
- Martín, G., Navas, J., López, P. y Delgado, M. (2010). El capital intelectual de la empresa. Evolución y desarrollo futuro. *Economía Industrial*, 378, 37-44.
- Nahapiet, J. y Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Nonaka, I. (1991). The Knowledge-creating Company. *Harvard Business Review*, November-December, 96-104.
- Ramírez, Y. & Tejada, A. (2019). Digital transparency and public accountability in Spanish universities in online media. *Journal of Intellectual Capital*, 20(5), 701-732.
- Ramírez, Y. y Santos, J. (2013). Propuesta de un informe de capital intelectual para las instituciones de educación superior españolas. *Estudios de Economía Aplicada*, 31(2), 525-554.

- Ramírez, Y., Merino, E. y Manzaneque, M. (2019). Examining the intellectual capital web reporting by Spanish universities. *Online Information Review*, 43(5), 775-798.
- Roos, G., Roos, J., Dragonetti, N. y Edvinsson, L. (2001). *Capital Intelectual*. Buenos Aires: Paidós.
- Sánchez, P. y Elena, S. (2006). Intellectual capital in universities. Improving transparency and internal management. *Journal of Intellectual Capital*, 7(4), 529-548.
- Sangiorgi, D. y Siboni, B. (2017). The disclosure of intellectual capital in Italian universities. *Journal of Intellectual Capital*, 18(2), 354-372.
- Sardo, F. y Serrasqueiro, Z. (2018). Intellectual capital, growth opportunities, and financial performance in European firms: Dynamic panel data analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 19(4), 747-767.
- Schimmel, K., Motley, D., Racic, S., Marco, G. & Eschenfelder, M. (2010). The importance of university web pages in selecting a higher education institution. *Research in Higher Education Journal* (9), 1-16.
- Secundo, G., Dumay, J., Schiuma, G. y Passiante, G. (2016). Managing intellectual capital through a collective intelligence approach. *Journal of Intellectual Capital*, 17(2), 298-319.
- Sleimen, S., Rojas, M. y Coringrato, M. (2008). *Docencia, investigación y extensión universitarias desde la perspectiva del capital intelectual: un aporte a la evaluación institucional*. Trabajo presentado al VIII Coloquio Internacional sobre Gestión Universitaria en América del Sur. Asunción, Paraguay.
- Viedma, J. (2007). In search of an intellectual capital comprehensive theory. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 5(2), 245-256.