

LOS OBJETIVOS DE LOS INFORMES FINANCIEROS Y LA IMPORTANCIA DEL CAPITAL INTELECTUAL.

CORNA, DARIO y JUAREZ GAGLIESI, NADIA.

Cita:

CORNA, DARIO y JUAREZ GAGLIESI, NADIA (2021). *LOS OBJETIVOS DE LOS INFORMES FINANCIEROS Y LA IMPORTANCIA DEL CAPITAL INTELECTUAL*. 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/42>

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



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>.

**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

ENCUENTRO VIRTUAL - UNVM: 13, 14 Y 15 DE OCTUBRE 2021.

Área temática

**Aportes desde la perspectiva de los costos, del capital intelectual y de la
Responsabilidad Social**

TÍTULO DE LA PONENCIA

**“LOS OBJETIVOS DE LOS INFORMES FINANCIEROS Y LA
IMPORTANCIA DEL CAPITAL INTELECTUAL”**

AUTORES Y EXPOSITORES

Esp. Darío Rubén CORNA

cr_dariocorna@hotmail.com

03537-15601796

Esp. Nadia Patricia JUAREZ GAGLIESI

nadiapjuarez@hotmail.com

0353-155666793

Docentes e Investigadores de la UNVM - IAPdeCS

PALABRAS CLAVES

Capital Intelectual – Objetivos en contabilidad – Desarrollo e innovación.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se enmarca en las investigaciones realizadas dentro del Proyecto de Investigación, período 2020-2021 titulado: “Información Contable e Información Voluntaria: análisis normativo y de relevancia valorativa”, aprobado por el Instituto de Investigación de la Universidad Nacional de Villa María, dentro del Programa Nacional de Incentivos.

En los últimos tiempos han cobrado especial importancia los aspectos más intangibles que intervienen en la gestión y en la contabilidad, se ha tratado de encontrar en estos intangibles, la fuente de las ventajas competitivas, que pudieran existir en los entes. Es por eso, que hace varias décadas que se viene hablando del Capital Intelectual, pero hay que reconocer, que simultáneamente se han dado numerosas críticas muy significativas al papel de la Contabilidad que sugieren que ya no representa adecuadamente la situación de las empresas u otros entes, de forma tal que sus datos resultan insuficientes para que los distintos usuarios puedan tomar decisiones económicas sobre esas bases.

Es por eso que debemos tener presente cuales son los objetivos de los usuarios de la información contable, quienes buscan que la información financiera se constituya en uno de los elementos necesarios para la toma de sus decisiones económicas.

Distinguiéndose diversos tipos de informes contables en función de quienes serán sus destinatarios. La contabilidad genera información tanto para uso interno como para uso externo, por lo cual se torna imprescindible el grado de confiabilidad que cada uno de ellos le pueda otorgar a los informes que analiza y es esta una de las principales cualidades que debe cumplir la información contable.

Cuando el objetivo es la gestión interna y acrecentar el valor del ente, se hace imprescindible una buena administración del Capital Intelectual y su desarrollo estratégico, y nada obsta a que se utilice cualquiera de los muchos métodos de medición y gestión de intangibles que se han venido desarrollando en todo el mundo, así como de aquellos que pretenden medir los resultados de su gestión.

Por otro lado, la contabilidad tradicional, la de uso externo, tiene en cuenta el patrimonio visible, exteriorizado en los estados contables, siendo los nuevos objetivos la visualización del “patrimonio invisible”, es decir, el compuesto por todos aquellos elementos que, sin duda, dan un valor distintivo al ente en cuestión pero que la contabilidad patrimonial y sus informes contables no incluyen, debido a las condiciones normativas para el reconocimiento y medición de activos intangibles.

Dejando de lado la determinación del “valor” de una organización, el cual ha pasado a ser una herramienta para la toma de decisiones que sirve para medir, como señala Fernández (1999), el impacto de distintas políticas de la organización en la creación, transferencia, destrucción de valor y como un ente pueda o no continuar con sus negocios. La falta de información confiable y completa puede afectar a la toma de decisiones por parte del management e incidir en el éxito de una organización, es por eso que contar con la mejor información posible y el manejo adecuado de esta es esencial para las empresas dicho por Corna y Córdoba (2013).

OBJETIVO DE LOS INFORMES FINANCIEROS

El objetivo de los estados financieros es suministrar información sobre la posición financiera, el desempeño financiero y sus variaciones en una empresa, Fowler Newton (2001). Esta información debe ser útil a una amplia gama de usuarios para la toma de sus decisiones económicas. Entre los principales usuarios se encuentran en primer lugar los trabajadores de la empresa, los inversionistas, los acreedores, los clientes, las entidades gubernamentales involucradas, conociéndose estos como “Los Usuarios Tipo” de la información contable. Es necesario considerar que los estados financieros no suministran toda la información que dichos usuarios necesitan para tomar sus decisiones económicas, puesto que tales estados reflejan principalmente los efectos financieros de sucesos pasados y no contienen necesariamente información más allá del contexto financiero. Con el fin de cumplir sus objetivos los estados financieros se preparan sobre la base de la acumulación o del devengamiento contable. Los estados financieros se preparan normalmente bajo el supuesto de que la empresa está funcionando y que continuará su actividad dentro de un futuro previsible. Para elaborar los estados financieros la gerencia deberá evaluar la capacidad que tiene la entidad para continuar en funcionamiento. Los estados financieros se elaborarán bajo la hipótesis del negocio en marcha, a menos que la gerencia pretenda liquidar la entidad o cesar en su actividad o bien no exista otra alternativa más realista que proceder de una de estas formas. Cuando la gerencia, al realizar esta evaluación, esté consciente de la existencia de incertidumbres importantes, relativas a eventos o condiciones que puedan aportar dudas significativas sobre la posibilidad de que la entidad siga funcionando normalmente deberá proceder a revelarlas en los estados financieros. Las características cualitativas son los atributos que hacen útil, para los usuarios, la información suministrada en los

estados financieros. Las cuatro principales características cualitativas son comprensibilidad, relevancia, confiabilidad y comparabilidad.

EL CAPITAL INTELECTUAL

Muchos especialistas sostienen hoy que medir el capital intelectual es más importante que medir costos y ganancias. En esta era del conocimiento, de empresas multinacionales, de hiper competitiva, en la que se explotan mercados globales, una compañía debe saber cuidar y desarrollar su capital intelectual para conseguir una ventaja frente a sus competidores.

El Capital Intelectual, es la suma y la sinergia de todos los conocimientos que reúne una compañía, toda la experiencia acumulada en sus integrantes, como está estructurado el ente para usar en su beneficio estos recursos, todo lo que ha conseguido en términos de relaciones, procesos, descubrimientos, innovaciones, presencia en el mercado e influencia en la comunidad. El concepto de capital intelectual es muy amplio en sí mismo pero enfocado desde el punto de vista de la contabilidad financiera y según la practica internacional se identifica con el de activos del conocimiento.

Estos activos son el resultado de la incorporación de la información y el conocimiento a actividades productivas de la organización y comprende aquellos conocimientos tácitos o explícitos que generen valor económico para la empresa. Constituyen una fuente importante de ventajas competitivas para la empresa a partir que son activos valiosos, poco imitable por terceros, escasos y difícilmente transferibles en el mercado.

Existen muchas empresas en la actualidad que mueven millones de dólares al año y no tienen presencia física en los mercados, señala T. Steward (1998). Gerenciar el conocimiento es el nuevo objetivo del management, pero este capital es difícil de descubrir, administrar y acrecentar.

El capital intelectual según Roberto Vázquez (1999), representaría entonces a la suma de todos aquellos intangibles presentes en la empresa que se identifican con el valor creado por las personas, el valor generado por la tecnología y la organización interna y el valor creado por las relaciones y vínculos con los agentes que componen su contexto, que no son reconocidos tradicionalmente por la contabilidad financiera.

No existe una definición única para englobar a los activos intangibles, ya que como intangible se entiende todo aquello que no podemos tocar, por lo tanto, volviendo a la contabilidad, un derecho como ser un crédito se encuadraría dentro del rubro de intangibles, lo cual señala que no existe una línea de división muy nítida. Es por ello

que varios autores cuestionan la separación que realiza la doctrina contable en bienes tangibles y bienes intangibles, basándose en la teoría de que ambos tipos de bienes son utilizados en la producción de bienes y servicios y poseen la cualidad de ser potenciales generadores de ingresos futuros, por lo cual no existiría diferencia conceptual entre ambos.

El concepto de intangibles resultaría mucho más amplio que el concepto básico de activo, dado que permite la inclusión de categorías más allá de su reconocimiento contable.

Los activos del conocimiento o capital intelectual se encuentran dentro del grupo de intangibles, pero cabe destacar que dentro del concepto de capital intelectual no se engloban todos los intangibles, si no aquellos que relacionados a las capacidades del conocimiento humano.

EL CAPITAL INTELECTUAL Y LA CONTABILIDAD

Los elementos integrantes del capital intelectual no califican para ser incluidos en el activo según las pautas del marco conceptual de la contabilidad patrimonial. Esto equivale a decir que no se presenta información contable sobre el capital intelectual y esta falta de información hacia el exterior, disminuye los incentivos para el desarrollo de una mejor dirección y controles internos. Esta situación conlleva un problema para las empresas y también para la sociedad en su conjunto, ya que esa falta informativa puede dar lugar a una incorrecta asignación de capitales, los que pueden terminar recalando en inversiones que no son las más productivas. Coincidiendo con la opinión de Baruch Lev (2000), los inversores están valorando algo que las propias empresas no incluyen en sus estados contables. Hay una tendencia a interesarse por la medición de estos elementos intangibles para facilitar la gestión interna de las empresas en la búsqueda de ventajas competitivas además de suministrar a los usuarios externos información adicional a la tradicional que explique la diferencia entre el valor de mercado y de libros de estos entes. Con las limitaciones que se presentan como consecuencia del temor de los empresarios de desnudar sus estrategias de desarrollo futuro, se observa una tendencia a revelar información relativa a estos activos intangibles a través de indicadores no financieros o de reportes narrativos incluidos en informes suplementarios a los Estados Contables de publicación.

IMPORTANCIA DE LA REVELACION DEL CAPITAL INTELECTUAL EN LA CONTABILIDAD

Entre las herramientas más utilizadas para evaluar el desempeño financiero empresarial se encuentra el análisis e interpretación de estados financieros en el cual se emplea como fuente de información estados contables como el Balance General, el Estado de Resultados y el Estado de Flujo de Efectivo. El análisis de los estados financieros se lleva a cabo mediante la aplicación de métodos como el cálculo de variaciones, tendencias porcentuales integrales y de razones o ratios financieros registrados en determinados periodos de tiempo. En este último caso destacan las razones de liquidez, de solvencia, de actividad, eficiencia o rotación, de solvencia y de rentabilidad o rendimiento.

Con base en tales indicadores financieros las empresas proceden a llevar a cabo su interpretación con la finalidad de contar con elementos de juicio para la toma de decisiones futuras en ámbitos como los relativos a su capacidad para cubrir sus obligaciones de pago a corto plazo, de endeudamiento, el manejo y uso de sus activos y a los niveles de rentabilidad con respecto a las ventas y recursos invertidos.

El Informe de Capital Intelectual, como complemento del análisis e interpretación de estados financieros lo definimos como un documento que proporciona una visión general de los propósitos estratégicos de la empresa, de los procesos internos críticos y actividades intangibles implementadas para lograrlos y de los indicadores de medición de las acciones y resultados alcanzados con el desarrollo de tales actividades en un periodo determinado.

Su estructura básica se constituye por tópicos como los siguientes:

- Declaración de la misión, visión y valores.
- Objetivos financieros de crecimiento y productividad.
- Estrategia implantada para lograr los objetivos.
- Propuesta de valor para el cliente.
- Procesos internos críticos implementados.
- Actividades intangibles por tipo de capital desarrolladas para apoyar y conformar los diferentes procesos internos críticos y las relaciones causa-efecto derivadas de su aplicación.
- Indicadores de medición por tipo de capital de las actividades intangibles llevadas a cabo.
- Análisis de acciones y resultados.

En lo referente a los indicadores de medición de las actividades intangibles a continuación se describen ejemplos de los mismos, aunque no es asunto central del presente trabajo. Al respecto cabe señalar que en la práctica cada empresa conformará su sistema de indicadores en función de las características particulares que asuman sus procesos de gestión estratégica.

Ejemplos de Indicadores de Capital Humano

- Porcentaje de trabajadores con carreras técnicas/tecnológicas.
- Porcentaje de trabajadores con estudios de nivel superior.
- Porcentaje de trabajadores con formación especializada.
- Porcentaje de trabajadores con formación transversal, con capacidad para realizar tareas de otros puestos.
- Porcentaje de trabajadores que cuenta con las competencias necesarias para realizar sus actividades laborales.
- Porcentaje de trabajadores que recibió capacitación.
- Número de cursos impartidos internamente.
- Porcentaje de trabajadores capacitados en instituciones externas.
- Índice de satisfacción con la formación recibida.
- Número de nuevas contrataciones de talentos.
- Número de sugerencias aportadas por los trabajadores.
- Número de sugerencias adoptadas por la empresa para mejorar los procesos.
- Porcentaje de trabajadores que sobrepasaron el estándar de sus labores.
- Índice de ausentismo laboral.
- Índice de rotación de personal.
- Índice de incidencia de accidentes laborales.
- Antigüedad media de experiencia de los trabajadores en el sector.
- Porcentaje de trabajadores extranjeros.

Ejemplos de Indicadores del Capital de Información y Comunicación

- Porcentaje que en la inversión total representa la inversión en tecnologías de la información y la comunicación.
 - Número de computadoras por trabajador.
- Número de accesos del personal a sistemas informáticos corporativos.
- Porcentaje de empleados con acceso a intranet.
- Porcentaje del personal con acceso a internet.

- Número de sistemas y redes que analizan, interpretan y comparten internamente información/conocimientos.
- Número de redes de conocimiento en las que se participa.
- Número de herramientas informáticas de gestión de procesos desarrolladas internamente.
- Número de herramientas informáticas de gestión de procesos adquiridas.
- Número de sistemas que automatizan las transacciones básicas repetitivas de la empresa.
- Número de bases de datos implementadas.
- Número de consultas a bases de datos.
- Número de sistemas de información internacionales integrados.
- Número de sitios web y centros de atención telefónica implementados.
- Clientes atendidos mediante bases digitales.
- Herramientas de gestión de procesos con que cuenta.
- Porcentaje de empleados con opción a teletrabajo.
- Sistemas de firewall instalados para la prevención de riesgos informáticos.

Ejemplos de Indicadores del Capital de Innovación y Desarrollo

- Porcentaje de la inversión total en proyectos de investigación y desarrollo.
- Porcentaje de inversión en investigación y desarrollo respecto a ventas. Número de proyectos de investigación y desarrollo llevados a cabo con diversas instituciones.
- Número de innovaciones de producto/servicio, procesos, organizacionales y mercadológicos.
- Número de patentes registradas.
- Número de marcas registradas.
- Número de registros de derechos de autor.
- Número de licencias y permisos.
- Número de franquicias.
- Número de redes de innovación en que interviene la empresa.
- Número de trabajadores que participaron en proyectos de mejora interna e innovación.
- Número de ideas innovadoras propuestas por los trabajadores.
- Número de acciones realizadas para extender la cultura innovadora entre los trabajadores.

Ejemplos de Indicadores del Capital Organizativo

- Número de acciones de difusión de la cultura corporativa.
- Porcentaje de trabajadores identificados con los valores de la empresa.
- Porcentaje de trabajadores que valora positivamente el ambiente de trabajo.

Grado de satisfacción en la relación colaborador-Jefe.

Número de directivos con capacidad de liderazgo.

Porcentaje de trabajadores que estima que sus opiniones son tomadas en cuenta.

- Número de horas dedicadas a la integración de nuevos empleados.
- Número de actividades implementadas en materia de sensibilización de género.

Porcentaje de proyectos que están basados en la cooperación entre varias áreas.

- Porcentaje de personas que trabajan en equipo.
- Número de equipos de colaboración entre departamentos.
- Número de proyectos de desarrollo organizacional implementados.
- Número de procedimientos organizativos documentados en manuales de procedimientos.
- Número de proyectos de calidad desarrollados.
- Número de certificaciones ISO obtenidas.
- Número de reconocimientos externos de calidad.
- Número de trabajadores que recibieron premios y reconocimientos.
- Porcentaje de trabajadores que recibieron compensaciones adicionales.
- Número de acciones y prestaciones para armonizar la vida laboral y familiar de los trabajadores.

Ejemplos de Indicadores del Capital Social Relacional

- Índice de reputación empresarial.
- Número de reportes sobre la empresa (no contratados) difundidos por medios de comunicación.
- Porcentaje de valoraciones positivas en las informaciones difundidas por medios de comunicación.
- Número de acuerdos de colaboración con instituciones públicos y organizaciones del tercer sector.
- Porcentaje de la inversión total destinada a proyectos medioambientales.
- Número de comunicaciones corporativas orientadas a la transparencia informativa.
- Porcentaje de personas dedicadas a la acción social.
- Gasto en comunicación y relaciones públicas respecto a las ventas.

- Número de distinciones recibidas relacionadas con la actuación social, ambiental y ética.
- Número de iniciativas implementadas para incorporar fuentes de energía renovable e incrementar la eficiencia energética de la empresa.
- Número de proyectos de apoyo a la educación, la cultura y el desarrollo social.
- Porcentaje de la inversión total en proyectos de servicio comunitario.
- Número de campañas realizadas para reunir recursos destinados a obras de carácter social.
- Número de oportunidades de empleo creadas para personas en situación de vulnerabilidad.

Ejemplos de Indicadores del Capital Negocio Relacional

- Ventas promedio por cliente.
- Porcentaje que representan las compras de los cinco principales clientes.
- Tiempo promedio entre contacto con clientes y cierre de ventas.
- Porcentaje de ventas cerradas respecto a contactos de ventas.
- Porcentaje de clientes que repiten compra.
- Porcentaje de ventas que corresponde a los diferentes medios utilizados (venta directa, telemarketing, internet, catálogo, máquinas expendedoras, etc.).
- Duración media de la relación con clientes.
- Número de días dedicados a visitar clientes.
- Porcentaje de clientes perdidos.
- Porcentaje de ventas a nuevos clientes.
- Porcentaje de nuevos clientes.
- Número de portales de internet dirigidos a clientes.
- Índice de lealtad de clientes.
- Índice de satisfacción de clientes.
- Número de ideas innovadoras de clientes.
- Número de clientes atendidos a través de llamadas telefónicas y e-mail.
- Índice de puntualidad en entregas.
- Porcentaje de reclamaciones atendidas y resueltas a favor del cliente.
- Tiempo medio de resolución de reclamaciones.
- Porcentaje de clientes con antigüedad igual o mayor a cinco años.
- Porcentaje de ventas nacionales e internacionales.
- Número de productos y servicios desarrollados con la cooperación de clientes

- Porcentaje de participación en el mercado.
- Número de productos y servicios desarrollados con la cooperación de clientes
- Número canales de comercialización en el país y en el extranjero.
- Número de tiendas en las que los productos se exponen en ubicaciones preferenciales.
- Número de ferias y exposiciones en que se participó.
- Número de campañas publicitarias y promocionales realizadas.
- Nivel de impacto de las campañas publicitarias y promocionales.
- Grado de conocimiento y aceptación de la marca.
- Índice de satisfacción de proveedores.
- Tiempo promedio de pago a proveedores.
- Tiempo promedio de espera desde que se hace el pedido a proveedores hasta su recepción.
- Porcentaje de entregas puntuales de proveedores.
- Porcentaje proveedores certificados para hacer entregas sin inspección previa.
- Porcentaje de compras a proveedores realizadas electrónicamente.
- Porcentaje de facturas de proveedores pagadas a tiempo.
- Porcentaje de proveedores que proporcionan servicios directamente a clientes.
- Número de alianzas estratégicas y convenios de colaboración de diferente índole.
- Número y monto de los apoyos gubernamentales obtenidos a través de los programas de fomento empresarial.

Finalmente, cabe señalar que el porcentaje de empresas que prepara informes específicos sobre el capital intelectual es limitado y centrado fundamentalmente en las grandes compañías. Lo anterior puede deberse a factores como el desconocimiento de los beneficios que se derivan de su gestión y a los restrictivos requisitos establecidos por las normas de contabilidad para reconocer como un activo las acciones realizadas por las empresas en elementos de naturaleza intangible.

CONCLUSIONES

En la actualidad, el capital intelectual, representa una de las principales fuentes de generación de valor para los entes. Pese a lo anterior, resulta clara la existencia de importantes dificultades implícitas en los procesos de valoración financiera y contable de estos activos intangibles, aspecto que incluso hoy día todavía hace que no sea

factible dar fiabilidad a los resultados que se derivan de la aplicación de las diversas técnicas de valoración existentes.

La normativa contable actualmente no permite que los activos intangibles que poseen las empresas se contabilicen de manera total en los estados financieros. El estudio del concepto, naturaleza e importancia del capital intelectual, así como de los modelos existentes para determinar su valoración financiera y contable, hace posible establecer algunas conclusiones de importancia acerca del impacto que este tipo de activo intangible tiene tanto sobre la estrategia competitiva de una empresa como sobre sus estados financieros de uso general.

Tanto las normas locales, como las internacionales para el tratamiento contable de los activos intangibles y, en especial, para el reconocimiento de las erogaciones que una entidad hace para generar, de forma interna, capital intelectual deben ser replanteadas y mejoradas, a efecto de que los estados financieros de uso general incorporen y reflejen, de manera más apropiada, el valor integral de una empresa, es decir, el valor de todos sus activos tangibles e intangibles.

No obstante la gran relevancia que empresas, consultores, analistas, investigadores e instituciones públicas y privadas de diversos países le confieren a los activos intangibles, sin embargo, la comunidad internacional no ha logrado llegar a acuerdos para la construcción de un marco de referencia común, de directrices de aceptación general para su conceptualización, identificación, medición, seguimiento y difusión; para homogeneizar y hacer comparables los Informes de Capital Intelectual. En un primer momento, estas directrices pueden no constituir una propuesta de modificación de las normas contables, para centrar todos los esfuerzos en la estructuración de este marco común en su aplicación de forma voluntaria. Por otra parte, el porcentaje de organizaciones que en el mundo difunden información sobre el capital intelectual, y particularmente mediante un informe especial, es aún limitado y centrado fundamentalmente en las grandes empresas. Lo anterior, en buena medida puede deberse a factores como el desconocimiento de los beneficios que se derivan de su gestión y a los restrictivos requisitos establecidos por las normas de contabilidad en la mayor parte de los países del mundo para reconocer como un activo las inversiones realizadas por las empresas en elementos de naturaleza intangible.

La contabilidad tradicional no refleja hoy el verdadero valor de los entes y esto se torna significativo ya que la contabilidad estaría perdiendo su utilidad como elemento de información para la toma de decisiones. Existen diferentes criterios para su valuación,

agrupamiento y exposición, pero la gran mayoría de la doctrina coincide en la importancia de su reconocimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

BEER, M. (1990). Gestión de Recursos Humanos. España: Ed. Ministerio del Trabajo.

BUENO CAMPOS, E. (2004). El Gobierno de la Empresa: En busca de la transparencia y confianza. Madrid. Ed. Pirámide.

CORNA D. y CÓRDOBA S. (10/2013). Arrendamientos rurales: su reconocimiento y medición como intangibles generadores de valor. XXXIV Jornadas Universitarias de Contabilidad. Universidad Nacional del Litoral. Santa Fe (Santa Fe).

CORNA, D. y MAINERO V. (10/2016). Aportes del capital intelectual a la gestión del valor frente a las nuevas realidades sociales”. V Congreso de administración del centro de la república, II Encuentro internacional de administración del centro de la república, I Congreso de ciencias económicas del centro de la república. Universidad Nacional de Villa María. Villa María (Córdoba).

CUMMINGS, T. G. W. y Christopher, G. (2007). Desarrollo organizacional y cambio. México, Ed. Cengage Learning.

CHIAVENATO, I. (2002). Gestión del talento humano. El nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones. 2a edición. Bogotá: Ed. Mac Graw Hill.

Espinosa, C. (2009). Estructura de propiedad y desempeño de la firma: el caso chileno. Academia Revista Latinoamericana de Administración ARLA

FERNÁNDEZ, P. (1999). Valoración de empresas. Barcelona: Ed. Gestión 2000.

Fowler Newton, E. (2001). Cuestiones contables fundamentales. Ed. Macchi. Buenos Aires.

GUERRA, G. (2002) El agronegocio y La empresa agropecuaria frente al siglo XXI. San José, C.R. IICA. Colección libros y materiales educativos.

HARPER y LYNCH. (1992). Manuales de recursos humanos. Madrid: Ed. Gaceta de Negocios.

IASC. Marco de Conceptos para la preparación y Presentación de Estados Financieros. IASC. Norma Internacional de Contabilidad N° 38.

LIQUIDANO, M.C. (2006). El administrador de recursos humanos como gestor del talento humano. Sus competencias y la relación de las prácticas de administración de recursos humanos. En Contaduría y Administración, septiembre-diciembre, número 220. Universidad Nacional Autónoma de México.

VAZQUEZ, R. y BONGIANINO, C. (11/1999). Información Complementaria: Indicadores de gestión de intangibles. XX Jornadas Universitarias de Contabilidad. Universidad Nacional de Rosario. Rosario (Santa Fe).