

LOS INTANGIBLES E INMATERIALES EN CONTABILIDAD Y NEGOCIOS

Por :CPN Víctor Manuel Lang

1. Significados. Definiciones

1.1. Inmaterial – Intangible. Visible - Invisible:

Inmaterial – Intangible

Significado, según el diccionario español: Adj.: Que pertenece al espíritu y no al mundo físico o que no se puede percibir por los sentidos. Incorpóreo.

Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. 2007. Editorial Larousse.

Sinónimos de Intangibles, según el diccionario español: adj.: Intangible, incorpóreo, invisible.

Diccionario Manual de Sinónimos y Antónimos mde la Lengua Española Vox-2007.Editorial Larousse.

Visible

1 Que se puede percibir con la vista. invisible.

2 Que se puede ver o distinguir fácilmente, evidente: este libro tiene erratas bastante visibles.

Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.

Adj. Que se puede ver.

Manifiesto, evidente.

Díc. de la persona que llama la atención por alguna singularidad.

Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L.

Sinónimos

Adjetivo

1 manifiesto, evidente, patente, claro, ostensible, palmario, sabido.

Se aplican a aquello que se ve de manera clara o que no admite dudas.

2 importante, notorio, conspicuo, notable, sobresaliente, insigne, ilustre.

Se aplican a personas que resultan singulares o que presentan una particularidad que les hace destacar.

Invisible

adj. Que no puede ser visto: no hay personas invisibles. visible.

Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.

adj. Que no puede ser visto.

Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L.

Sinónimos

Adjetivo

Imperceptible, incorpóreo, inmaterial, latente, oculto, escondido, secreto, recóndito. visible, evidente.

Copyright © 2013 K Dictionaries Ltd. 7 .

2. Introducción

2.1. Concepto:

Los Intangibles son parte importante del valor de mercado de las empresas y organizaciones en general, su análisis corresponde a la necesidad de la contabilidad tradicional, que no proporciona la información suficiente en relación con la medición y valuación de dichos recursos. En el desarrollo de la economía que hace énfasis en el conocimiento, se ha destacado la importancia de los Intangibles como elementos generadores de valor, teniendo en cuenta que usualmente se da mayor importancia a los recursos físicos y monetarios, sin tener presente que la identificación de los Intangibles es una nueva realidad; la cual le proporciona al ente que los valora mayor eficiencia y verdaderas fuentes de creación de valor.

A veces algunas palabras se ponen de moda y muchos las usan sin saber de qué están hablando.

Mi intención no es únicamente dar una definición como el diccionario, sino entender el concepto y cómo podemos usarlo a nuestro favor. No hablo de usar la palabra, sino que sea una herramienta más que podamos usar en las empresas y negocios.

Primero definamos, p.e.: están los costos intangibles (o también inmateriales) y los activos intangibles.

Un **Costo Intangible** es un costo no cuantificable en relación con una fuente identificable. Los costos intangibles representan una variedad de gastos, tales como las pérdidas en la productividad, la buena voluntad del cliente o caída del entusiasmo de los empleados. Si bien estos costos no tienen un valor concreto, algunos gerentes tratarán de estimar el impacto de estos intangibles.

Un **Activo Intangible** es un activo que no es de naturaleza física. La propiedad intelectual de las empresas (tales como patentes, marcas, derechos de autor, metodologías de negocio), buena voluntad y reconocimiento de marca, son activos intangibles comunes en el mercado actual.

No es fácilmente cuantificable el intangible, pero nadie duda del valor. Por ejemplo el valor del reconocimiento de marca de Coca Cola.

Cuando hablamos de comoditización, resaltamos la necesidad de diferenciación para no caer en una discusión de precios y descuentos.

Lo que impulsan todas las decisiones no comoditizadas, son los intangibles.

¿Cómo se mide el valor de un activo intangible y con que propósito? ¿Vale la pena intentarlo?

¿Como se mide el ROI (Return on Investment – Tasa de Retorno de la Inversión)? Cuando un producto nuevo empieza a generar ingresos, ¿cómo atribuir una cierta porción de esos ingresos a tu habilidad de encontrar la gente correcta para el proyecto? Esta habilidad no

fue más que un ingrediente más para completar el proyecto, sin el cual no se hubiese logrado. Son un ingrediente más para hacer este sabroso plato. 8

En el caso de los activos intangibles progresan en la medida en que se desarrolla la nueva economía basada en el conocimiento y últimamente el enfoque hacia el cuidado medioambiental y de la salud.

Se definen los Activos Intangibles, p.e. en Contabilidad, como el conjunto de bienes inmateriales, representados en derechos, privilegios o conocimientos, habilidades y ventajas de competencia que son valiosos porque contribuyen a un aumento en ingresos o utilidades por medio de su empleo en el ente económico; estos derechos se compran o se desarrollan en el curso normal de los negocios”.

“Por regla general, son objeto de amortización gradual durante la vida útil estimada”. Los recursos obtenidos por un ente económico que, careciendo de naturaleza material, implican un derecho o privilegio oponible a terceros, distinto de los derivados de los otros activos, de cuyo ejercicio o explotación pueden obtenerse beneficios económicos en varios períodos determinables, tales como patentes, marcas, derechos de autor, crédito mercantil, franquicias, así como los derechos derivados de bienes entregados en fiducia mercantil.”

Para reconocer la contribución de los activos intangibles a la generación del ingreso, se deben amortizar de manera sistemática durante su vida útil.

Esta se debe determinar tomando el lapso que fuere menor entre el tiempo estimado de su explotación y la duración de su amparo legal o contractual. “. Los Activos Intangibles son un activo identificable, no monetario y que no posee apariencia física, es utilizado en la producción o suministro de bienes y servicios.

Los Activos Intangibles siempre han estado inmersos en las organizaciones, el tema en cuanto a su valuación dentro de la empresa, es relativamente nuevo. No es desconocido que lo más evidente son los activos tangibles como la propiedad planta y equipo, que

determinan su valor en libros; pero hoy día es mucho más importante la evaluación de los conocimientos humanos, el saber hacer, el personal competitivo, la propiedad intelectual, las marcas, el mantenimiento de la clientela y los conocimientos sobre el comportamiento del mercado, son algunos de los ejemplos de Activos Intangibles que suman al valor real que tiene una empresa en el mercado.

Las empresas se enfrentan, por una parte, al reto a realizar inversiones intangibles que potencien la capacidad de generación de riqueza en el futuro, y, por otra, a la necesidad de identificar y gestionar, de manera eficiente, los activos intangibles existentes en el seno de la organización. Esto es especialmente difícil, dado que los sistemas de información y contabilidad empleados habitualmente en las sociedades comerciales están orientados, principalmente, hacia la medición de los beneficios y el valor del patrimonio en términos monetarios y, por tanto, tienen una limitada capacidad para reflejar el valor y la importancia de las inversiones intangibles.

En los últimos tiempos, los esfuerzos de académicos y profesionales de la contabilidad han perfeccionado los sistemas contables logrando planes de cuentas muy detallados. Existe una importante bibliografía que trata aspectos muy específicos que afectan al inmovilizado material, las existencias o los efectos comerciales a pagar, p.e: Algo menos de atención han recibido los activos intangibles -salvo unos pocos como el fondo de comercio, los gastos en investigación y desarrollo o la propiedad industrial-, a pesar de que, en muchas empresas, el valor de estos activos intangibles y otros que no se contabilizan es muy superior al de sus bienes tangibles.

3. En contabilidad

El primer antecedente en España de valoración de los activos intangibles en la contabilidad financiera es el llamado fondo de comercio, el rol de la Llave de Negocio. El fondo de comercio es la diferencia entre el valor contable de la empresa y el precio pagado por ella en una adquisición de empresas. El fondo de comercio se define escuetamente: “es el conjunto de bienes inmateriales, tales como la clientela, nombre o razón social y otros de

naturaleza análoga que impliquen valor para la empresa. Esta cuenta sólo se abrirá en el caso de que el fondo de comercio haya sido adquirido a título oneroso. Este concepto es una aproximación a la valoración de los intangibles de una empresa, pero en sí mismo no aporta nada, es un concepto estático, ya que únicamente se suele materializar en momentos de fusiones y adquisiciones. Lo ideal sería, desde un punto de vista ya sea de gestión o adquisición, estudiar como evolucionan los intangibles en el tiempo, es decir, analizar si los activos intangibles aumentan o disminuyen tanto en su número y clasificación como en su valoración monetaria entre periodos de tiempo comparables. Esto nos aportaría nuevas visiones estratégicas y una disminución en los riesgos de inversión.

En los últimos años, tanto en la normativa internacional de contabilidad (IASB)-NIC 38, como en la normativa en general en casi todos los países y en Argentina se ha realizado un tratamiento más pormenorizado de estos activos. El ASB (1993) define los activos intangibles como aquellos activos no financieros que no tienen sustancia física, pero que son identificables y controlados por la empresa a través de derechos legales o custodia física. La norma entiende que un activo intangible es identificable, cuando puede ser vendido independientemente de la empresa. De no ser así, se considera inseparable del fondo de comercio de la empresa, pasando a formar parte del mismo. El término control hace referencia a la habilidad para obtener beneficios económicos o bien, a la de restringir el acceso de la competencia a los mismos por la existencia de derechos legales. Éste también puede obtenerse a través de la custodia física, esto es, cuando el conocimiento técnico o intelectual, proveniente del desarrollo de ciertas actividades, se mantiene en secreto. Cuando no se dan algunas de estas circunstancias, la empresa no tiene suficiente control sobre los beneficios para reconocerlos como activo.

Al mismo tiempo, definimos el fondo de comercio adquirido como la diferencia entre el precio comprometido para adquirir una empresa y la suma de los valores razonables de activos y pasivos identificables de la empresa. Este fondo podrá ser positivo o negativo, según si el importe comprometido exceda el valor razonable de activos y pasivos identificables o, al contrario.

Con respecto a los activos intangibles se distingue entre:

- a.** Adquiridos a terceros de forma individualizada, que se capitalizarán al precio de adquisición.
- b.** Adquiridos como parte de un negocio, que serán reconocidos separadamente del fondo de comercio, caso de que su valor pueda ser medido de forma fiable. De no ser así, se incluirán dentro del precio de compra atribuido al fondo de comercio.
- c.** Activos intangibles generados internamente, que podrán ser reconocidos sólo si tienen un valor de mercado claramente asignable, es decir, si el elemento pertenece a un grupo homogéneo de activos, que son equivalentes en todos los aspectos, y si existe un mercado capaz de establecer un valor para estos activos.

En el IAS-NIC 38 se define activo intangible como aquél identificable, no monetario y sin sustancia física, mantenido para el uso en la producción o venta de bienes y servicios, para alquilarlo a terceros o para propósitos administrativos. Además, la citada norma recoge de forma expresa otros dos aspectos a considerar para que un elemento satisfaga la definición de activo intangible: control sobre los mismos y capacidad de obtención de beneficios económicos futuros.

En cuanto hoy en Argentina , el panorama no es muy diferente respecto a lo que ocurre en otros ámbitos dado el proceso de armonización a las normas internacionales de contabilidad. Dado que la F.A.C.P.C.E ha receptado estas normas en el dictado de sus Resoluciones Técnicas sobre la materia.

La NIC 38, los requisitos de reconocimiento de los activos intangibles son los siguientes:

- Probabilidad de que los beneficios económicos futuros, correspondientes al activo, lleguen a la empresa.
- El costo del activo pueda ser medido con fiabilidad.

P.e.; en relación s ls normativa contable española, en el PGC (Plan General de Cuentas), se define el inmovilizado inmaterial como aquel “conjunto de elementos patrimoniales intangibles constituídos por derechos susceptibles de valoración económica “ .Se puede decir, que esta norma se esta refiriendo a elementos identificables a los que se les atribuyen un posible valor. Sin embargo, el término identificable, propiamente dicho, no aparece recogido en el PGC, aunque sí en la resolución del I:C:A:C: (1992). Éste define el fondo de comercio como la diferencia entre el importe satisfecho en la adquisición de una empresa y la suma de los valores identificables de los activos individuales adquiridos menos los pasivos comprometidos en la adquisición , aunque, como se puede ver, no para incorporarlo al propio concepto de fondo de comercio.

Analizando las normas anteriores, podemos decir:

1- El concepto de inmaterial contempla los siguientes requisitos:

- a) Carencia de sustancia física.
- b) Ser identificable.
- c) Control.
- d) Contribución a ingresos futuros.

2- Existe una diferencia de criterios valorativos entre activos adquiridos y generados internamente, sin existir un criterio definido y homogéneo al respecto.

La primera conclusión a la que se llega es la dificultad inherente de valorar estos ,tipos de activos, ya que conllevan dosis de subjetividad muy importantes, aspecto este crucial pero no abordado definitivamente por las diversas normativas. Prueba palpable de ello es la continúa revisión a la que se ven sometidos por la normatividad tales criterios. Este efecto está asociado, sin duda alguna, a la marcha de las empresas y, por tanto a la economía en general.

La segunda conclusión es que se considera que determinados intangibles como listas de clientes, marcas, relaciones con clientes, capital humano, capital estructural, etc., no satisfacen la definición de activos y, en consecuencia, deben registrarse como gasto cuando se producen ellos; no figurando en el activo del Balance (NIC 38).

Por último, en la medida en que el modelo contable actual no permite reflejar apropiadamente en los Estados Financieros el valor de los intangibles, los gerentes de las sociedades deben proporcionar a los propietarios del capital, información adicional a la requerida por las normas contables para facilitarles conocer la real situación patrimonial de la firma y estimar adecuadamente su valor.

Los pasivos intangibles desde la perspectiva contable: Desde el punto de vista contable, cuando, en la contabilidad financiera, se intenta valorar el capital neto de una empresa se realiza como la diferencia entre los activos y pasivos exigibles u obligaciones.

Es decir:

Capital neto (Pasivo no exigible) = Activos - Pasivos exigibles

Y siempre se cumple la igualdad

Activo = Pasivo

Si el capital intangible de una organización está formado por la suma de los activos intangibles de una compañía y, si la ecuación $C = A - P$ es válida dentro de un sistema de contabilidad de costos históricos, debe, por extensión lógica, haber una ecuación equivalente con respecto a la capital intelectual.

Por tanto: $CI = AI - PI$

Siendo: CI = Capital intangible

AI = Activos intangibles

PI = Pasivos intangibles

Esta ecuación supone dos implicaciones:

1. Toda organización, mide los recursos propios que posee reconociendo y valorando primero los bienes y después substrayendo las obligaciones en que ha incurrido. Si los recursos propios son medidos indirectamente substrayendo los pasivos de los bienes, entonces ¿porqué el capital intangible debe ser diferente?

2. Si la ecuación

$CI = AI - PI$ se cumple, entonces se necesita construir un método que permita al menos identificar la existencia de pasivos intangibles. Equilibrar los libros contables del capital intangible en las organizaciones significa tener que reconocer la existencia de pasivos intangibles.

Así pues, el balance de situación de una empresa tendría que quedar de la siguiente manera :

ACTIVOS INTANGIBLES FINANCIACIÓN INVISIBLE

Visible	No visible	FINANCIACIÓN VISIBLE	ACTIVOS TANGIBLES	Inmovilizado
Mercaderías	Cuentas a Cobrar	Tesorería	Capitales propios visibles	Deudas a largo plazo
Deuda a corto plazo				

Balance de situación modificado Activos humanos Activos estructurales Activos relacionales **Capital intangible** **Pasivos intangible** **BALANCE DE SITUACION.**

Como punto de partida, se tendría que definir el concepto de pasivo intangible para evitar cualquier tipo de ambigüedad. Según la normativa contable, los pasivos se definen como “el conjunto de los elementos patrimoniales de una empresa ,que representan el total de sus deudas y obligaciones”. Esta definición de los pasivos se refiere a la parte “visible” del

balance y son recogidos y medidos por la contabilidad tradicional. En la parte “no visible” del balance, por aproximación, aparecería el pasivo intangible.

Harvey & Lusch (1999) definen el pasivo intangible como: “La responsabilidad u obligación de la empresa para transferir recursos económicos proporcionar servicio a otras entidades en el futuro. También puede reflejar una rentabilidad inferior”.

Una primera aproximación de la existencia de estos pasivos intangibles en la contabilidad la podemos encontrar en la aparición del fondo de comercio negativo, que surge en aquellas adquisiciones de empresas cuando el costo de compra es menor que la participación del adquiriente en los valores de los activos y pasivos identificables.

4. En los Negocios

Extenso es lo escrito que nos habla de excelencia empresarial, de capacidades, de ventajas competitivas y de la virtud de los intangibles como fuente de creación de riqueza. Pero, desde un punto de vista práctico, independientemente del ciclo económico en el que estamos insertos, se producen suspensiones de pagos, que en muchos casos acaban desembocando en quiebra,

Unicamente en España, en el cuarto trimestre de 2002, se produjeron 112 más suspensiones de pago y 187 quiebras. Los motivos, aunque diversos, tendemos a achacarlos a factores externos a la propia organización. Sectores que atraviesan situaciones difíciles, descenso del consumo, ciclos bajistas, y un largo etc., se convierten en auténticas barreras defensivas. Pero si las verdaderas razones del éxito las debemos buscar en estrategias bien definidas y perfectamente materializadas, ¿dónde debemos buscar los inductores del fracaso?

Refiriéndose al éxito empresarial, algunos afirman que las razones hay que buscarlas dentro de la propia organización, con independencia de los factores externos. Por analogía, al referirnos al fracaso, debemos centrarnos igualmente en la propia organización.

Hoy la discusión del capital intangible está dirigida , fundamentalmente , en su consideración de recursos intangibles y la dirección de esta clase de recursos por las organizaciones. Pero sí existen los recursos intangibles, éstos también deben tener su contrapuesto en la organización, que son las obligaciones intangibles. Como indican Harvey & Lusch: “Nosotros debemos equilibrar los capitales intelectuales en los libros contables...”.

Debemos tener en cuenta que la gestión del capital intelectual o intangible no consiste meramente en identificar y sumar los recursos intangibles de la organización. El enfoque estratégico de una organización debe cambiar aumentando y desarrollando los activos intangibles pertinentes, así como reconociendo el impacto de los pasivos intangibles.

Ya sea a nivel contable como estratégico, se aprecia la necesidad de introducir un nuevo concepto en el estudio del capital intangible: los *pasivos intangibles*. Es necesario la elaboración de un nuevo modelo de capital intangible, donde basándose, por un lado en lo conocido en la contabilidad clásica -financiera y analítica- y por otro, en los desarrollos más avanzados sobre los activos intangibles, se consideren los pasivos intangibles desde la óptica de su identificación, medición y gestión. Haciendo hincapié en su participación en la destrucción de ventajas competitivas.

Ahora, tanto el planteamiento como la investigación empírica apuntan a la existencia y medición de los capitales intelectuales visibles e invisibles, por lo que se cumple el objetivo de medirlos. Además aparece una correlación estadística y positiva alta entre estas dos variables, lo que permite aceptar la hipótesis, estos es, que el capital intelectual invisibles tiene una influencia estadística y positiva sobre el capital intelectual visible, en el componente denominado capital estructural analizado.

A la luz de esta investigación, los resultados sugieren que los capitales intelectuales invisibles serían los formadores de los capitales intelectuales visibles.

Los resultados tienen relevancia si se parte de que hasta ahora los instrumentos de medición del capital intelectual consideraban en una misma categoría a variables como inversiones en investigación y desarrollo, patentes, derechos de autor con aquellas denominadas actitudes de los trabajadores, experiencia, rotación de personal, organización del conocimiento, entre otros, por lo que la división abre camino para desarrollar la gestión de los capitales intelectuales invisibles desde otra perspectiva, con la información de que influirán de manera positiva y directa en los capitales intelectuales visibles en el objeto de estudio de esta investigación.

Sería importante que en líneas de investigación posteriores se verifique el cumplimiento de esta correlación entre los capitales intelectuales visibles e invisibles en los componentes del capital intelectual humano y relacional.

Así, esta propuesta del capital intelectual muestra la existencia empírica de los capitales intelectuales visibles e invisibles y abre el camino para realizar mediciones de los capitales intelectuales visibles e invisibles, en empresas, manufactureras, con la acotación que se hace a través de la teoría de recursos y capacidades, la cual considera distinta a cada empresa, y por lo cual la medición tendría que realizarse con base en los propios objetivos y necesidades de cada empresa, es decir, de manera diferenciada..

Finalmente, una línea posible de investigación en las empresas manufactureras podría ser relevante si se le relaciona con conceptos tales como la competitividad, que es una línea estratégica.