

# *Información sobre capital intelectual en épocas de pandemia. Hacia la generación de una matriz de crisis*

*Sader, Gustavo\**

*<https://orcid.org/0000-0002-7750-5440>*

*Ficco, Cecilia\**

*<https://orcid.org/0000-0003-0474-9978>*

*\*Universidad Nacional de Río Cuarto, Córdoba, Argentina*

*\*Universidad Nacional de Villa María, Córdoba, Argentina*

*E-mail: [gusader@hotmail.com](mailto:gusader@hotmail.com)*

*Recibido: 29 de noviembre de 2020*

*Aprobado: 15 de enero de 2021*

## **Resumen**

La crisis sanitaria y económica que trajo aparejada la aparición del Covid-19, genera en los usuarios la necesidad de obtener información sobre cómo las organizaciones afrontan sus consecuencias y cuáles son los planes y expectativas en términos de supervivencia, a través de mecanismos de gestión de valor. Al respecto, la concepción del capital intelectual, y sus tres dimensiones, puede ser utilizada como un punto de partida para la revelación de ese tipo información. Los capitales humano, estructural y relacional de las organizaciones han sido afectados por esta crisis mundial y los usuarios requieren información sobre su gestión en términos de reacciones y acciones. Esta información, a su vez, puede contener aspectos internos de la empresa factibles de ser revelados, así como aquellos sobre relaciones con el contexto en que la organización se desenvuelve. Por otro lado, es importante diferenciar aquella información referida a acciones directas ante la crisis, de la relacionada con el futuro. Si bien los estados financieros contienen información más de carácter cuantitativo y sobre políticas contables, el suministro de información voluntaria sobre el capital intelectual relacionado con recursos y actividades intangibles actuales y potenciales, puede servir tanto a los usuarios de la información en la toma de decisiones, como a las organizaciones para mejorar su posición. En ese orden, el objetivo de este artículo es presentar una propuesta para el diseño de una matriz de información sobre capital intelectual como respuesta a la crisis, con base en información voluntaria sobre sus tres dimensiones, con un doble enfoque: contextual (interno y externo) y temporal (presente y futuro). A través de una revisión bibliográfica sobre las bases teóricas de la información de revelación voluntaria, se enfatiza en la importancia del capital intelectual, dando lugar al diseño de una matriz de información a revelar en situaciones de crisis.

**Palabras clave:** Capital intelectual, Revelación, Crisis.

## 1. Introducción

La crisis sanitaria y económica que trajo aparejada la aparición del Covid-19, genera en los usuarios la necesidad de obtener información sobre cómo las organizaciones afrontan sus consecuencias y cuáles son los planes y expectativas en términos de supervivencia, a través de mecanismos de gestión de valor. Al respecto, la concepción del capital intelectual y sus tres dimensiones, puede ser utilizada como un punto de partida para la revelación de ese tipo información.

El capital intelectual de las organizaciones ha sido afectado por esta crisis mundial y los usuarios requieren información sobre su gestión en términos de reacciones y acciones. Esta información, a su vez, puede contener aspectos internos de la empresa factibles de ser revelados, así como aquellos sobre relaciones con el contexto en que la organización se desenvuelve. Por otro lado, es importante diferenciar aquella información referida a acciones directas ante la crisis, de la relacionada con planes y expectativas hacia el futuro.

Si bien los estados financieros contienen información más de carácter cuantitativo y sobre políticas contables, el suministro de información voluntaria sobre capital intelectual relacionado con recursos y actividades intangibles actuales y potenciales, puede servir tanto a los usuarios de información en la toma de decisiones, como a las organizaciones para mejorar su posición.

En ese orden, el objetivo de este artículo es mostrar el diseño de una matriz de información sobre capital intelectual como respuesta a la crisis. Para cumplir ese objetivo, en primer lugar, se proporciona un marco teórico que se fundamenta en la política de revelación de información por parte de las empresas, con el principal sustento de la “teoría de la señal”.

Luego, como se trata de revelación de información sobre capital intelectual, necesariamente se presenta la concepción adoptada y su taxonomía. A continuación, y habida cuenta de la importancia de la revelación de información financiera de carácter

voluntario dentro del marco de la contabilidad financiera, se describe su importancia y su relación con la contabilidad de gestión. La parte central de la misma es la propuesta de una matriz en respuesta a la crisis sobre aspectos internos y externos a la organización, a su vez presentes y futuros. Luego, se aportan unas breves conclusiones que promueven su utilización.

Si bien el marco teórico o referencial de esta ponencia se relaciona con grandes empresas, y en particular aquellas que cotizan en bolsa, la propuesta se extiende hacia todas aquellas empresas que, para enfrentar esta la crisis, necesitan realizar una gestión eficiente del capital intelectual.

Teorías justificativas de la revelación de información voluntaria. El sustento teórico de la teoría de la señal.

Son muchos los fundamentos teóricos que explican la revelación de información voluntaria por parte de las empresas. Partiendo de la Hipótesis de eficiencia del mercado -H.E.M. (Samuelson, 1965 y Fama (1970, 1991), las teorías de la agencia (Coase, 1937; Jensen y Meckling, 1976), de la señal (Akerlof 1970; Ross, 1977 y Spence, 1973) y de los costos políticos (Watts y Zimmerman, 1978) constituyen los principales fundamentos justificativos, donde la divulgación voluntaria de información se considera como un instrumento para reducir posibles conflictos de intereses y un mecanismo para señalar al mercado la mejor posición relativa de una empresa frente a las demás.

Estas teorías demuestran la relevancia tanto del rol de la contabilidad financiera, como de la propensión a divulgar por otros medios, por cuanto la cantidad y calidad de información enviada como señal, contribuye a la eficiencia del mercado.

En un contexto de crisis y siguiendo a Blanco Dopico, Hernández Madrigal y Aibar Guzmán (2009) y a Rodríguez Gutiérrez, Sánchez Cañazares y Fuentes García (2013), la necesidad de una mayor transparencia empresarial y el análisis de la revelación voluntaria, pueden tener un efecto positivo al mejorar la confianza hacia las empresas

que exterioricen respuestas eficientes (acciones), actuando como un medio para ayudar a superar la crisis económica. Adicionalmente, si la información es aceptada por el mercado, ayudará a mantener el valor de la empresa en el tiempo.

Por esto, el mejor fundamento para la presentación de una matriz de riesgo, se encuentra en la teoría de la señal, dado que la vulnerabilidad de los mercados en situaciones de crisis internacionales, genera la necesidad por parte de las empresas de medidas de supervivencia, que si resultaran exteriorizadas brindarán señales al mercado.

La teoría de la señal (Akerlof 1970; Ross, 1977 y Spence, 1973) se deriva de la teoría de la agencia formulada por Jensen y Meckling (1976). Los mismos, definen a la relación de agencia como un contrato entre dos personas (agente y principal) donde el segundo compromete al primero a realizar algún servicio en su nombre, delegando en este la autoridad para decidir, generándose conflictos cuando la información que poseen ambos sujetos es distinta (información asimétrica).

En este sentido, la divulgación de información voluntaria como forma de mitigar los problemas entre el agente y el principal, es presentada por Firth (1984), como un importante mecanismo para reducir los costos de agencia, permitiendo a los administradores, reducir la asimetría de la información con los accionistas. De este modo, señalar al mercado aquellos aspectos que pueden tener el atributo de reducir dichas asimetrías que se dan entre la empresa y los inversionistas, puede motivar la divulgación de información, buscando un efecto en la valoración de las acciones (Giner, 1995, 1997). Spence (2002) demostró que, en contextos de información asimétrica, los agentes económicos que se encuentran mejor informados sobre las condiciones operativas de los mercados pueden tener incentivos para adoptar acciones observables (señales) que le indiquen de manera creíble su información privada a los agentes menos informados, siempre que ello les permita mejorar su

situación individual en el mercado.

Ahora bien, la respuesta del mercado a señales emitidas por las empresas, depende de ciertos factores como la credibilidad de señal y su relevancia con relación a la distribución de la futura rentabilidad del capital. Si la señal es creíble, entonces la divulgación de la información tiene valor. Hughes (1986) agrega que, si las señales emitidas no son representativas de la realidad, provocarán reacciones negativas de los diferentes grupos de interés que mantienen una relación contractual con la empresa. Además, la información revelada debe ser verificable, por ejemplo, los estados contables de una empresa presentan información más confiable que las conferencias brindadas por la dirección de la misma. Esto se debe a que la información revelada cumple con la condición de materialización (publicación de la revelación) que verifica la significación de la información revelada. En ese sentido, revelar a fin de mejorar la asimetría de la información, contribuye a una divulgación confiable de señales.

En síntesis, la teoría de la señal propone algunos condicionantes e implicancias acerca de la divulgación de la información contable, en particular la relacionada con recursos y actividades intangibles generadores de valor. Su importancia en términos de revelación de esa clase de información puede ser explicada a través del contenido y las propiedades semánticas de la información presentada (Beretta y Demartini, 2019), como una decisión de comunicación estratégica para influir en la percepción de los inversores de una empresa (Camodeca y Almici, 2019), o como medio para contrarrestar la pérdida de confianza en la contabilidad derivada de las crisis financieras mundiales (Dumay y La Torre, 2019).

Este marco, la teoría de la señal ofrece un aporte teórico que reconoce la asimetría informativa entre la administración de la empresa y los stakeholders<sup>1</sup> que operan en el mercado de capitales. Aunque, para analizarlo bajo la óptica del capital intelectual, es importante conocer su origen y taxonomía.

---

1. Distintos grupos de interés.

## Capital intelectual, origen y taxonomía

La información revelada que emite señales al mercado, en los términos de la teoría de la señal analizada en el apartado anterior, proviene de variadas fuentes. Entre estas se destacan principalmente las referidas a los intangibles que, aunque constituyen los recursos estratégicos por excelencia de las empresas en el actual entorno, en muchos casos, no son incluidos en los estados financieros dentro del rubro “activos intangibles”, debido a las dificultades que plantea su reconocimiento y medición (Ficco, 2019). Estos elementos son habitualmente incluidos bajo la denominación de “capital intelectual”, el cual, en una de sus acepciones más usadas, refiere al conjunto de elementos intangibles, basados en conocimiento, que están en cierta medida ocultos, por no estar reflejados en los estados financieros elaborados bajo la normativa vigente (Edvinsson y Malone, 1997; Ross, Ross, Dragonetti y Edvinsson, 2001; Dumay, 2016; Ficco, 2020).

Una buena caracterización para esta problemática y su taxonomía está en Gómez (2007). Este autor aduce que en las empresas que cotizan en bolsa, el punto de partida para explicar la presencia e importancia de los intangibles, es la diferencia existente entre el valor de mercado de las acciones y su valor en libros. Según el mismo, proviene de las tres grandes dimensiones del denominado capital intelectual, explicadas por Edvinsson y Malone (1997) y Bueno (2005), a saber: humana, estructural y relacional.

### Dimensión “humana”

El capital humano está dado por el stock de conocimientos que reside en los empleados (Bontis, Chong y Richardson, 2000) y se trata de conocimiento tácito (Bontis, 1998), que presenta dificultades para ser retenido por la empresa. A su vez, es la expresión del conocimiento individual y grupal de los individuos de una organización y de la capacidad para gestionarlo. En particular, se refiere a las competencias individuales de los recursos humanos; las que, según Edvinsson y Malone (1997), la organización es incapaz de apropiarse.

### Dimensión “estructural”

Esta dimensión se refiere al conocimiento explicitado, sistematizado y apropiado al interior de la empresa, o sea, a la generación de redes internas de conocimiento. Bontis (1998) lo define como aquellos mecanismos y estructuras de la organización que pueden servir de soporte a los empleados para optimizar su rendimiento intelectual y, con ello, el rendimiento empresarial en su conjunto. En otras palabras, el capital estructural es la infraestructura que incorpora, forma y sostiene al capital humano (Edvinsson y Malone, 1997); pero a la vez lo potencia, permitiendo optimizar su rendimiento (Bontis, 1998). Es, esencialmente, conocimiento que la organización ha podido internalizar (Ross et al., 2001) a través de rutinas organizativas, procedimientos y sistemas.

### Dimensión “relacional”

El capital relacional se refiere a la red de relaciones de la empresa con diferentes stakeholders y comprende también las percepciones que éstos tienen de la compañía (Meritum, 2002).

Según Sader, Ficco, Tissera y García (2013), existen algunos autores que lo consideran parte integrante del capital estructural, argumentando que el capital relacional no tiene la autonomía suficiente para predicarse con separación de la estructura y de los empleados. No obstante, en lo referido a divulgación de información, este concepto se diferencia bien de los restantes y es, a nuestro entender, la base para la generación y mantenimiento de ventajas competitivas que de alguna manera influyen en el valor empresa.

### **La contabilidad financiera y la información voluntaria. Su relación con la contabilidad de gestión**

La generación de una matriz de captación y revelación de información sobre capital intelectual para dar respuesta a los efectos de la pandemia puede incluir, por un lado, información sobre las acciones socialmente responsables (Santos Jaen, Tornel Marín y Gracia Ortiz, 2020) y, por otro, la

revelación de planes sobre personal estratégico y sobre las operaciones de la empresa. A esto último, lo expresan Barrera Ramírez, Salazar Cantón y Sabido Domínguez (2020):

Es muy importante el capital intelectual en tiempos de Covid-19 ya que es muy importante preparar planes de sucesión temporal de puestos de altos ejecutivos en roles críticos y clave en una organización.... Deben de existir planes a corto y largo plazo para operar la empresa, presentando diferentes escenarios que harán poder enfrentarse a diversas situaciones y conflictos, en la toma de decisiones. (p.423)

Esto induce a una pregunta inicial: *¿para qué destinatarios?*

Los usuarios internos de las organizaciones podrían acudir a la contabilidad de gestión para sistematizar toda la información relacionada con las dimensiones del capital intelectual que entran en juego ante este particular contexto. Ese esfuerzo, implica seleccionar qué información se va a revelar. Esto dará lugar al siguiente paso: la dotación de información adicional a los estados financieros, de carácter voluntario, en notas a los estados financieros y en la memoria anual, la que podría llegar a satisfacer las necesidades de los usuarios externos, ya que se trata de información exteriorizada. En este marco, la matriz propuesta podría agregarse dentro de esa información adicional.

La divulgación de información sobre el capital intelectual se relaciona entonces con la estrategia organizativa y, por ende, se genera un nexo con la contabilidad de gestión o gerencial. Respecto de esta última, García Casella (2012), expresa que esta rama de la contabilidad se refiere principalmente al cumplimiento de objetivos organizacionales, no exclusivamente económicos. En Sader, Ficco y García (2012), se indica que la influencia de la información interna o de gestión, exteriorizada de alguna manera por la empresa y volcada al mercado, influye en la formación de su valor de mercado.

En el orden de lo planteado, las dificultades relacionadas con la valoración de los recursos

y actividades intangibles no constituyen un impedimento para que, de manera creciente, las organizaciones acometan iniciativas para gestionarlos y ponerlos en valor, ya que su administración efectiva genera un enorme potencial para crear valor en las organizaciones y, por ello, no pueden ser ignorados (Bozbura, Beskese y Kahraman, 2007). Entonces, la importancia de la divulgación de información voluntaria sobre capital intelectual radica en que la posesión de recursos inmateriales se relaciona con las capacidades de las empresas; y para mejorarlas, resulta relevante su identificación, gestión y divulgación (Marr, Schiuma y Neely, 2004).

A modo de síntesis y siguiendo a Sader (2019), desde la concepción del capital intelectual, se considera necesaria la integración de la estrategia organizativa de las organizaciones con las políticas de revelación del capital intelectual. Entonces, al divulgar información sobre su gestión interna, se están manifestando públicamente aspectos de la misma, generándose un acercamiento de la contabilidad patrimonial a la gerencial.

### **Diseño de una matriz de información sobre capital intelectual en respuesta a la crisis**

De lo expresado en los párrafos anteriores surge un último cuestionamiento: *¿información sobre capital intelectual para uso interno (o de gestión) o revelación de información voluntaria adicional a los estados financieros para uso de los stakeholders?*

La respuesta a este interrogante es clara y se fundamenta en la “teoría de la señal”. En primer orden, se trata de información para uso interno, ya que la gestión de capital intelectual en épocas de crisis es vital, generando ventajas competitivas como consecuencia de acciones y estrategias que permiten la supervivencia de las empresas. Luego, las empresas irán analizando y proponiendo estrategias de revelación de información adicional a los estados financieros, con la finalidad de generar valor, a través del mercado de capitales (de forma directa, ya que parte de la empresa), o de decisiones favorables hacia el ente provenientes de los distintos grupos de interés (forma indirecta, ya que esas

decisiones son ajenas a la empresa). Esto es así, ya que tanto la decisión de la empresa de emitir señales al mercado respecto de la gestión del capital intelectual, como la respuesta a las mismas por parte de los *stakeholders*, deberían incidir directamente en el valor de la misma.

En consonancia con lo expuesto, se propone el diseño de una matriz de capital intelectual con estrategias, políticas y acciones ante la crisis. Esta es una idea de los autores que se presenta de manera inicial y pretende dar lugar a posteriores desarrollos.

A continuación, se propone el formato de la matriz, se describen las variables aún no descriptas y se brindan algunos ejemplos de las acciones reveladas respecto de cada dimensión del capital intelectual.

## 2. Desarrollo de las variables

Las dimensiones del capital intelectual analizadas en un apartado anterior son las principales variables de esta matriz. A su vez, se las relacionan con otras con eje en la organización en sí (estrategias y políticas) y con factores como espacio y tiempo, en términos de acciones. Así, por un lado, se considera información de la misma organización e información de la relación entre la empresa y el contexto y, por otro, información del presente y de objetivos o metas relacionadas con el futuro.

A continuación, se desarrolla brevemente el contenido de estas variables.

**ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS:** definidas en relación con la misión y la visión de la organización. Las estrategias y políticas pueden ser globales o para cada una de las dimensiones (humana- estructural-relacional). Ante esta crisis se pueden fijar estrategias relacionadas con ingresos, diversificación de inversiones, integraciones horizontales o verticales, ingreso a otros mercados, incorporación o eliminación de línea de productos basadas en políticas de expansión, fidelización de clientes, etc.

## ACCIONES

Se basan tanto en la reacción inmediata y diaria ante la crisis (actuales), como en las acciones futuras planificadas. Las mismas deben estar ligadas al cumplimiento de los objetivos y metas organizacionales (potenciales).

## RELACIONADAS CON EL CAPITAL HUMANO

Son aquellas que tienen que ver con el personal de la organización en sus distintos niveles y que se desarrollan en función a las necesidades imperantes de este nuevo contexto.

## RELACIONADAS CON EL CAPITAL ESTRUCTURAL

Son aquellas que se relacionan con los procesos internos (investigación y desarrollo, de productos, procesos y sistemas) con la finalidad de adaptarse a la crisis.

## RELACIONADAS CON EL CAPITAL RELACIONAL

Son aquellas que se vinculan con la relación de la empresa con los distintos grupos de interés y que, de llevarse a cabo de manera eficiente, permiten compartir los beneficios con el medio.

En el siguiente Cuadro y a manera de ejemplo, se muestran acciones relacionadas con cada dimensión del capital intelectual.

## Cuadro 1

### Matriz de Capital Intelectual ante la crisis

Información sobre:	CAPITAL HUMANO		CAPITAL ESTRUCTURAL		CAPITAL RELACIONAL	
	ESTRATEGIAS		ESTRATEGIAS		ESTRATEGIAS	
	POLÍTICAS		POLÍTICAS		POLÍTICAS	
	ACCIONES		ACCIONES		ACCIONES	
	Actuales	Potenciales	Actuales	Potenciales	Actuales	Potenciales
<b>Ámbito Interno</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estructura del personal: despido o incorporación, cambios en la estructura jerárquica.</li> <li>Compra de artículos de prevención</li> <li>Dotación de protocolos específicos para el personal</li> <li>Capacitación al personal sobre medidas preventivas</li> <li>Capacitación sobre uso de software alternativo para resolver cuestiones específicas</li> </ul> <p>Seguimiento de la salud de personal enfermo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rediseño de procesos</li> <li>Generación de nuevos circuitos administrativos</li> <li>Desarrollo de sistemas de información</li> <li>Investigación y desarrollo de nuevos productos adaptables a las demandas actuales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo de nuevas marcas relacionadas con actividades para enfrentar la pandemia o bienes y servicios demandados.</li> <li>Generación de patentes, licencias, franquicias, adaptables a la crisis</li> <li>Desarrollo de protocolos de cuidado y fidelización de clientes ante el nuevo escenario.</li> <li>Ampliación de los canales de comercialización</li> <li>Utilización de nuevos medios de comunicación y ofrecimiento de productos (plataformas, otros)</li> </ul>			
<b>Ámbito Externo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sistema de comunicación a clientes y usuarios sobre medidas de bioseguridad</li> <li>Sistema de beneficios en simplificación de trámites (de personales a virtuales)</li> <li>Alianzas de capacitación con otras empresas, intercambio de personal, entre otras.</li> <li>Colaboración inter-empresaria (intercambio de personal, proyectos conjuntos)</li> <li>Participación activa en entidades empresarias, sociales y gubernamentales.</li> </ul>	Programas de investigación y desarrollo conjunto: compartir tecnologías, procesos y sistemas adaptados al desempeño humano en la virtualidad, o a bienes y servicios necesarios en este contexto.	Puesta en marcha de alianzas, concesiones, franquicias, programas de atención a clientes (generales, diferenciados), entre otras.			

### 3. Conclusiones

La gestión del capital intelectual es relevante en las organizaciones, ya que del valor capital humano puesto en acción permite la supervivencia y el crecimiento empresarial. Si se considera importante esta premisa, la misma adquiere una connotación aún mayor en este contexto de crisis, derivado de la aparición del Covid-19. Una reacción ante la misma implica la necesaria creatividad y la consecución de medidas proactivas para solventar los problemas derivados. Esto constituye, a su vez, un desafío importante en términos del valor agregado que puede llegar a proporcionar información relevante para tales propósitos.

Esta puesta en valor proviene, por un lado, de la gestión interna del capital intelectual y, por otro, es provocado por políticas de revelación de información voluntaria de las empresas. Ambos orígenes son consecuencias directas o indirectas de la gestión del valor empresarial a través del capital intelectual.

En ese orden de cosas, una herramienta útil se encuentra en la propuesta realizada por los autores de este artículo, donde se combina información de las tres dimensiones de capital intelectual teniendo en cuenta las estrategias y políticas del ente, así como las acciones actuales y potenciales, contemplando a la organización y al contexto en que se desenvuelven las organizaciones.

### 4. Referencias bibliográficas

- AKERLOF, G. A. (1970). The Market for Lemons: Quality Uncertainty and The Market Mechanism. *Quarterly Journal of Economics*. N° 86, pp. 488-500.
- BARDIN, L. (1996). *Análisis de contenido*. Ediciones Akal, Madrid.
- BARRERA RAMÍREZ, L. SALAZAR CANTÓN, J.R. Y SABIDO DOMÍNGUEZ, T. (2020). El capital intelectual y sus repercusiones en la

pandemia del covid-19 VIII- Congreso Virtual Internacional Transformación e Innovación en las Organizaciones. Diciembre.

- BERETTA, V. y DEMARTINI, Ch. (2019) Does environmental, social and governance performance influence intellectual capital disclosure tone in integrated reporting? *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 20 N°1, pp. 100-124.
- BLANCO DOPICO, M.I., HERNÁNDEZ MADRIGAL, M. y AIBAR GUZMÁN, B. (2009). Las crisis económicas: el papel de la agenda setting en relación a la información corporativa. En: *Administrando en entornos inciertos*. XXIII Congreso Anual AEDEM (1-16), Sevilla: ESIC.
- BONTIS, N. (1998). Intellectual capital: An exploratory study that develops measures and models. *Management Decision*. N° 36: 2, pp. 63- 76.
- BONTIS, N., CHONG, W. Y RICHARDSON, S. (2000). Intellectual capital and business performance in Malaysian industries. *Journal of Intellectual Capital*, 1(1), 85-100.
- BOZBURA, F.T., BESKESE, A. y KAHRAMAN, C. (2007). Prioritization of human capital measurement indicators using fuzzy AHP. *Expert Systems with Applications*. N° 32, pp. 1100-1112.
- BUENO, E. (2005): Génesis, evolución y concepto del capital intelectual: enfoques y modelos principales. *Capital Humano*. Mayo, pp. 1-13.
- CAMODECA, R. y ALMICI, A. (2019). Strategic information disclosure, integrated reporting and the role of intellectual capital. *Journal of*



- Intellectual Capital. Vol. 20 N°1, pp. 125-143.
- COASE, R. (1937). The Nature of the Firm. *Economica*. N°4 (16), pp. 386-405.
- DUMAY, J. y LA TORRE, M. (2019). Developing trust through stewardship. Implications for intellectual capital, integrated reporting, and the EU Directive 2014/95/EU. *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 20 N°. 1, pp. 11-39.
- EDVINSSON, L. y MALONE, M. (1997). *Intellectual Capital. Realizing your company's true value by finding its hidden brainpower*. Harper Collins Publishers, Inc., 1ª ed.
- FAMA, E. (1970). Efficient capital markets: a review of theory and empirical works. *Journal of Finance*. Vol.25. N° 2, pp. 383-417.
- FAMA, E. (1991). Efficient capital markets II. *Journal of Finance*- Vol.46. N° 5, pp. 1575-1617.
- 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.
- FICCO, C. (2019). Los activos intangibles en la normativa contable argentina y en las normas internacionales de información financiera. *Contabilidad y Auditoría*, 50, 61-108.
- GARCÍA CASELLA, C.L. (2012). *Naturaleza de la Contabilidad*. Instituto de Investigaciones Contables Prof. Juan Alberto Arévalo. Disponible en: [ojs.econ.uba.ar/ojs/index.php/Contyaudit/article/download/212/370](https://ojs.econ.uba.ar/ojs/index.php/Contyaudit/article/download/212/370)
- GÓMEZ, J. V. (2007). Divulgación de información sobre intangibles en las empresas cotizadas españolas: factores determinantes e impacto en los mercados financieros y en la reputación corporativa, Tesis Doctoral, Universidad de Deusto, San Sebastián.
- HUGHES, P- (1986). Signalling by direct disclosure under asymmetric information. *Journal of Accounting and Economics*. Volume 8. Cap. 2. June 1986, pp. 119-14
- FIRTH, M. (1984). The extent of voluntary disclosure in corporate annual reports and its association with security risk measures. *Applied Economics*. Vol. 16 (2), pp. 269-277.
- JENSEN, M. C. y MECKLING, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behaviour Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, October.
- MARR, B., SCHIUMA, G. y NEELY, A. (2004). Intellectual capital – defining key performance indicators for organizational knowledge assets. *Business Process Management Journal*. N°10 (5), pp. 551-569.
- MERITUM (2002) Directrices para la gestión y difusión de la información sobre intangibles (Informe de Capital Intelectual). Por: Cañibano, L., Sánchez, M. P. y García Ayuso, M. Chaminade C. Fundación Vodafone, Madrid
- RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ, P., SÁNCHEZ CAÑIZARES, S. M. y FUENTES GARCÍA, F. J. (2013). Transparencia en la divulgación de información social en las entidades financieras españolas a través de las memorias RSC en un contexto de crisis. *UCJC Business and Society Review (formerly Known As Universia Business Review)*, 2(38), pp.84-107.
- SADER, G. (2019). La revelación de información

voluntaria sobre capital intelectual y su relevancia valorativa en el mercado de capitales argentino. Tesis Doctoral. Repositorio Digital UNC.

SADER, G., FICCO, C. y GARCÍA, G. (2012). El problema de la contabilidad y los intangibles: una mirada de acercamiento entre las perspectivas de la información y medición. Ponencia presentada en las XXXIII Jornadas Universitarias de Contabilidad. U.N. Tucumán. Publicación física y virtual: ISBN 978-987-1577-47-7.

SADER, G., FICCO, C., TISSERA, P. y GARCÍA, G. (2013). Divulgación voluntaria sobre el contexto, la empresa y sus planes de una empresa que cotiza en bolsa. Su incidencia en la explicación conceptual de las diferencias entre los valores de mercado y contable. XIX Cumbre de Alta Gerencia.

SAMUELSON P.A. (1965). Proof that properly anticipated prices fluctuate randomly. Sloan Management Review. Pp. 41-49.

SANTOS JAEN, J.M., TORNEL MARÍN, M.T. y GRACÍA ORTIZ, M.D. (2020). Repercusiones sobre las empresas de sus actuaciones socialmente responsables ante la pandemia generada por el COVID-19. La razón histórica. Revista hispanoamericana de Historia de las Ideas. N°46, pp.1-11.

SPENCE, M. (1973). Job Market Signalling. Quarterly Journal of Economics. N°8, pp.355-74.

WATTS, R. L. y ZIMMERMAN, J. L. (1986). Positive Accounting Theory. Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey