



## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 INTRODUCCIÓN.**

El marco teórico que fundamenta esta investigación proporcionará al lector una idea más clara acerca de este tema. Se encontrarán los conceptos muy básicos, los complementarios y específicos.

Las empresas hoy en día buscan algo que les ayude a mejorar el desempeño, la productividad e innovación. El conocimiento en sí merece ser tomado en cuenta porque indica a las empresas cómo hacer las cosas y cómo mejorar lo que se ha hecho hasta ahora.

### **2.2 ADMINISTRACIÓN DEL CONOCIMIENTO**

Es importante tener en cuenta la administración del conocimiento debido a que transforma los datos a información valiosa y trascendente para la empresa. Si el conocimiento se recopila de manera estructurada se vuelve accesible al personal y permite que los problemas se solucionen de manera más fácil.

“El conocimiento es una mezcla fluida de experiencia estructurada, valores, información contextual e internalización experta que proporciona un marco para la evaluación e incorporación de nuevas experiencias e información. Se origina y se aplica en la mente de los conocedores. En las organizaciones, con frecuencia no solo queda arraigado en documentos o bases de datos, sino también en las rutinas, procesos, prácticas y normas institucionales.” (Davenport y Prusak, 2001, p.6)

La administración del conocimiento es una ventaja competitiva. Si la empresa es capaz de crear conocimiento y darle el valor que merece, aumentará el valor de la empresa así como su imagen y reputación. Los empleados que son apreciados valen más. Un error grave en una empresa sería dejar ir a aquellos empleados que aportan valor a los productos y servicios.



De acuerdo con Stewart (1994), los contadores tienen que adaptarse para medir los nuevos componentes de la nueva economía: capital intelectual, los activos intangibles de las habilidades e información. Según (Larry Prusak, citado por Stewart, 1994) el capital intelectual es material intelectual que ha sido formalizado, capturado y equilibrado para producir un activo de mayor valor.

### 2.3 FINANZAS

Cuando hablamos de capital intelectual es importante que también hablemos de activos intelectuales. Como sabemos en la contabilidad tradicional los activos son aquellos recursos en dinero o especie que pertenecen a la empresa, son la contraparte de los pasivos que vienen a representar las deudas. Podemos decir entonces que los activos son los bienes de la empresa a los cuales se les ha asignado un valor monetario.

De acuerdo a Weatherly (2003) los activos financieros incluyen activos tales como efectivo y seguros que pueden ser llevados al mercado, puede nombrárseles capital financiero.

Los activos físicos incluyen activos tangibles como propiedades, planta, equipo y mobiliario.

De acuerdo a Jordan, Ross y Westerfield (2001), en términos financieros es importante determinar el valor agregado del capital humano y conocer cómo se optimizan las personas por el bien de ellos mismos y de la empresa. Ésta es la medida principal de la contribución de una persona a los beneficios de la empresa y con esta medida se trata de determinar cuánto es lo que vale esa persona.

Algunas empresas determinan también el ROI del Capital Humano, esta es la relación entre el dinero gastado en pagos y prestaciones a una figura de ingresos ajustada.

Otra medida financiera importante relacionada con el capital intelectual es el Costo de separación, es importante saber cuánta gente se va y de cuáles áreas y lo que le cuesta a la organización.



## 2.4 RECURSOS HUMANOS

“El objetivo de los Recursos Humanos es ayudar a las personas y a las organizaciones a lograr sus metas. Las actividades de recursos humanos contribuyen al éxito de una organización en diversas maneras, estas actividades deben adecuarse a las estrategias fundamentales de la compañía. El departamento de recursos humanos sirve para afianzar las ventajas competitivas de la organización y que sea más productiva.” (Davis y Werther, 2000, pp.3-7)

Recursos Humanos es el departamento de la empresa que se encarga del reclutamiento, selección de personal, la descripción y asignación de puestos, la capacitación y el pago de nómina. Se encarga de vincular las necesidades de la empresa con personas que cumplan éstas necesidades. Parte de la función de Recursos Humanos es evaluar y valorar el desempeño humano dentro de la organización.

“Está claro que las relaciones de la organización con sus empleados también crean valor a la empresa y por esta razón es necesario tenerlos presente. Así es conveniente distinguir entre la acción interna del conocimiento en el nivel del grupo, y la acción externa” (Ordoñez de Pablos, 2004, p. 476).

De acuerdo a Ordoñez de Pablos (2004), la acción interna incluye el valor de las relaciones estratégicas creadas entre la compañía y sus propios empleados. La acción externa representa la perspectiva externa del capital e incluye las relaciones de la compañía con los agentes dominantes para la supervivencia de la organización: los clientes, proveedores, accionistas, administradores, el ambiente laboral y de negocios, entre otros.

“La productividad se incrementa a medida que la organización encuentre nuevas maneras de utilizar menos recursos para alcanzar los resultados”. (Davis y Werther 2000). Existen métodos para medir el capital intelectual, los cuales incluyen tasas y porcentajes en relación al desempeño de los integrantes de la empresa, mismas medidas que utiliza la administración de recursos humanos.



Según Davis y Werther (2000), el departamento de Recursos Humanos es responsable de capacitar, desarrollar y educar de manera eficiente a los trabajadores de una empresa. Un plan de capacitación y desarrollo eficiente tendrá un impacto positivo sobre la empresa, ya que se creará más conocimiento y por lo tanto la empresa podrá ser más productiva y creará más valor para los clientes. Por supuesto que esto se ve reflejado en el capital intelectual. La capacitación ayuda a crear una mejor imagen de la empresa así como el renombre de sus empleados, agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas, incrementa la productividad y la calidad del trabajo, ayuda a reducir los costos entre otras cosas.

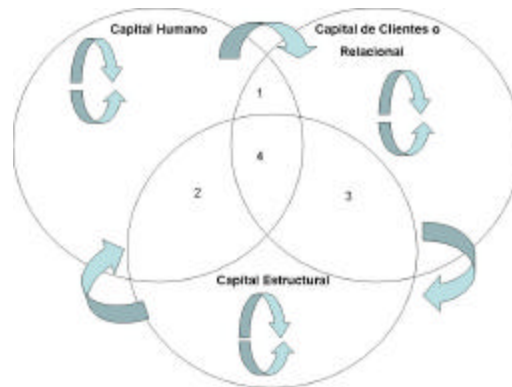
## **2.5 CAPITAL INTELECTUAL**

“La OECD en 1999, define al capital intelectual como el valor económico de dos categorías de activos intangibles de una compañía, es decir, capital organizacional y humano. El capital organizacional se refiere, por ejemplo, a los sistemas de software, a las redes de distribución, y a las cadenas de valor. La teoría del capital humano, define la parte del capital intelectual que se basa en recursos humanos.” (Ericsson y Nerdrum, 2001, p. 127)

La definición del Capital Intelectual requiere de una subdivisión para tratar de entenderlo mejor. Varios autores han tratado de dividirlo en capital humano, capital relacional y capital estructural como se muestra en la Figura 2.1.

Figura 2.1.

## Grupo de intangibles del capital intelectual



Fuente: Chaminade, Cristina; Olea, Marta y Sánchez, Paloma. (2000). Management of intangibles: An attempt to build a theory. *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 1 No. 4 p. 325

“El capital humano de una compañía es la suma colectiva de atributos, experiencia, conocimiento, energía y entusiasmo que los empleados deciden invertir en su trabajo” (Weatherly, 2003, p.2).

Weatherly (2003) define el capital relacional o de clientes como el ambiente operativo de la interrelación de los componentes administrativos, tecnológicos, estructurales, culturales y de procesos de negocios. El capital estructural se refiere a las patentes, derechos, marcas, relaciones de clientes y proveedores y todo aquello que otorga un valor a la empresa.

Los activos intelectuales no son tan fáciles de asignarles un valor, como la materia prima, un edificio, el dinero en efectivo o en bancos que tiene una empresa. El capital intelectual trata de definir a los activos intangibles. Los ejemplos de activos intangibles, también llamados capital intangible, incluyen capital intelectual (formulas de patentes, diseños de productos y procesos o métodos que delinean los pasos en un proceso de tecnologías.), voluntad (goodwill) y capital humano (Weatherly, 2003).

En la Tabla 2.1 se mencionan algunos ejemplos de intangibles reforzando lo mencionado en el párrafo anterior.



Tabla 2.1.

## Estructuras de sistemas de medición

	Capital Humano	Capital Estructural	Capital Relacional
Recursos Intangibles	Experiencia Educación Flexibilidad	Innovaciones Patentes Flexibilidad	Fidelidad Acción de mercado Imagen
Inversiones Intangibles	Entrenamiento Sistemas de Recompensa	Calidad Gastos de innovación Procesos	Satisfacción del cliente Marketing

Fuente: Chaminade, Cristina; Olea, Marta y Sánchez, Paloma. (2000). Management of intangibles: An attempt to build a theory. *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 1 No. 4 p. 323

“Bontis considera que el capital estructural incluye a todos los almacenes no humanos del conocimiento en las organizaciones que incluyen, la base de datos, diagramas organizacionales, manuales de proceso, estrategias, rutinas y cualquier cosa que le de valor a la compañía es más alto que su valor material” (Ordoñez de Pablos, 2004, p. 476).

También es importante tomar en cuenta que el capital intelectual no sólo se mide con fórmulas financieras, ya que también es importante medir otros factores que midan el desempeño de los empleados. Así por ejemplo podremos saber cuándo sí valió la pena invertir en cursos de capacitación y desarrollo de los trabajadores. El factor humano es muy importante en las empresas, ya que son ellos los que manejan los demás activos y son ellos los que son capaces de agregar valor a los productos o servicios. La empresa debe retener a sus mejores empleados que son su capital intelectual. La manera más simple de retener a un empleado con conocimiento es asignarle una remuneración justa por su desempeño y crear un ambiente de trabajo positivo y atractivo tratando de crear la lealtad del empleado.

Según Harding (2003), la lealtad del empleado es importante, y para que éste se sienta satisfecho la empresa debe de ofrecer más que remuneraciones económicas como puede ser flexibilidad en horarios de trabajo o programas familiares, que cuestan poco a la



empresa. Esta autora desarrolló un índice de capital intelectual en el cual las medidas para llevarlo a cabo fueron desarrolladas para determinar la relación entre aquellos que aprovechan los programas de calidad de vida que ofrece la empresa y los números de años que llevaban en la empresa.

Evaluando el puntaje de lealtad de los empleados en conjunto con otras áreas tales como niveles educativos o para quién trabajaron antes, demostraría que los empleados felices y ajustados devuelven más a la empresa en términos de calidad de trabajo y nivel de esfuerzo en comparación con los empleados que sienten que no son leales a la empresa.

Finalmente se evaluaría los años de experiencia en relación con los años de educación. El objetivo era demostrar que los empleados que obtenían títulos u otros reconocimientos profesionales como resultado de su posición en la organización, se quedan más tiempo dándole a la empresa la oportunidad de capitalizar sobre el conocimiento obtenido a través de la educación.

Es importante que los gerentes ofrezcan educación avanzada a aquellos empleados que ellos creen que mantendrán ese capital intelectual en la empresa.

De acuerdo con Bose y Oh (2004), para poder determinar el capital intelectual se tienen que identificar y especificar los factores importantes que conducen a la cadena de valor del capital intelectual, evaluar la importancia de estos factores y explorar su significado estratégico como guías de valor que realcen el valor de la empresa.

## **2.6 MÉTODOS DE MEDICIÓN**

De acuerdo con Pike y Roos (2004), existen 5 condiciones sugeridas para crear un esquema de medición en la empresa capaz de medir la capacidad de negocio y derivada de la teoría de medición. Estos son entereza, distinción, independencia, concordancia y conmensurabilidad.



## 2.6.1 SISTEMAS DE MEDICIÓN PARA UNA EMPRESA

Según (Luthy y Williams citados por Pike y Roos, 2004) existen cuatro categorías de metodologías las cuáles se presentan a continuación:

*Métodos directos de capital intelectual (DIC).* Estiman el valor monetario de activos intangibles identificando sus componentes. Estos componentes pueden ser evaluados de manera directa ya sea individualmente o como coeficiente agregado.

*Métodos de capitalización de mercados (MCM).* Calculan la diferencia entre la capitalización de Mercado de las compañías y la equidad de los accionistas en relación al valor de su capital intelectual o activos intangibles.

*Métodos de retorno sobre activos (ROA).* Se dividen el promedio de ganancias antes de impuestos entre los activos tangibles de la empresa. El resultado se compara con el promedio en la industria. La diferencia se multiplica por el promedio de activos tangibles. Dividiendo el promedio arriba mencionado entre el promedio de costo de capital de la empresa o una tasa de interés, se puede sacar un estimado del valor de sus activos intangibles o capital intelectual.

*Métodos de Scorecard (SC).* Los varios componentes de activos intangibles o capital intelectual son identificados y los indicadores e índices se generan y reportan en scorecards o como gráficos. Los métodos de SC son similares a los métodos DIC, solo que no se hacen estimados del último.

En el anexo A Pike y Roos (2004) describen algunas de las metodologías existentes, el autor y año en que se crearon, una breve descripción de la metodología y el tipo de método que aplica.

## 2.6.2 APLICACIÓN DE METODOLOGÍAS

Pike y Roos en su artículo “Mathematics and modern business management” publicado en el 2004 mencionan los siguientes modelos: Technology broker, explorador de valor, VAIC, Navegador de Skandia, Índice de capital intelectual, Monitor de activos intangibles e índice de creación de valor, los cuales se explican a detalle a continuación:





### **2.6.2.1 Technology broker**

Este modelo define la meta que da el contexto para la medida. El acercamiento se basa en los recursos de la empresa. No importa si los recursos pertenecen a la empresa o no. Los recursos se categorizan en cuatro áreas de componentes importantes y después se analizan en 33 recursos de nivel inferior. Después de la selección de medidas y del gravamen de éstas se realiza un cuestionario con 178 preguntas. Estas preguntas varían en naturaleza pero buscan a menudo la opinión subjetiva usando el equivalente de una escala de Likert. Esto significa que la medida se desarrolla en una escala ordinal y es inadecuada para el uso en muchos procesos estadísticos y matemáticos.

### **2.6.2.2 Explorador de valor**

El explorador de valor que elaboraron Andriessen y Tiessen en el 2000 es un acercamiento basado en la capacidad descrita detalladamente en el apéndice a su libro. Define las capacidades esenciales de la compañía y las examina de cinco maneras. Los resultados del análisis se combinan para dar una fuerza para cada capacidad y éste entonces se liga al beneficio bruto de la compañía para mostrar la contribución de cada factor, y a los activos intangibles que los sostienen, para beneficiarse. Esto se proyecta en el futuro. El proceso de seleccionar capacidades esenciales es similar al que desarrollaron Hamel y Prahalad en 1994 y busca solamente aquello que es esencial. Las medidas dentro de cada uno de las cinco áreas son "0" o "1", que son verdadero o falso.

### **2.6.2.3 Método VAIC**

El capital intelectual y el valor añadido VAIC es diferente a las otras metodologías. El VAIC se basa en la actividad de la empresa. Describe a la compañía como un sistema de procesos y de actividades. Un proceso es un paso que crea o que no genera valor comienza con alguna entrada y después una salida expresada en términos del aumento monetario para la compañía. Entre las entradas y las salidas el proceso implica un número de actividades muchas de las cuales sean comunes en varios procesos. No hay reglas para dirigir la definición de procesos o de actividades.



#### **2.6.2.4. El navegador de Skandia**

La estructura métrica subyacente es el esquema del valor comercial de Skandia en el cual son descritas las relaciones jerárquicas entre las cinco categorías capitales. El libro de Edvinsson no contiene ningún esquema de subdivisión en el cual las cinco categorías analicen las cualidades de nivel inferior sino que menciona un sistema métrico que enumera 111 métricas.

#### **2.6.2.5 Índice de capital intelectual**

El índice capital intelectual se atribuye a Roos (1997). Comparte semejanzas superficiales con el sistema del valor comercial de Skandia que se basa en una taxonomía similar. El índice y el proceso del CI que es esencial se basa en una descripción completa de los recursos usados por una compañía en la creación del valor para el largo plazo. Es un acercamiento de dos etapas para desarrollar el índice. En el proceso, se subdivide el sistema completo del recurso hasta que un sistema de las cualidades pueda ser determinada.

#### **2.6.2.6 Monitor de Activo Intangible.**

El monitor del activo intangible (IAM) es un recurso similar al modelo de Skandia y del índice de capital intelectual. Los recursos completos de la firma se describen en términos de la estructura interna, estructura externa, y su relación con los activos intangibles.

#### **2.6.2.7 Índice de creación de valor.**

El índice de la creación del valor (VCI) determina que las contribuciones financieras y no financieras al valor comercial se pueden separar cuando en realidad no se puede.



En el artículo “FiMIAM: financial method of intangible assets management” de Leliaert y Rodov en el año 2002 se explican los métodos de Balanced Scorecard, Invisible Balance Sheet, EVA y FiMIAM que presentamos a continuación:

### **2.6.2.8 Balanced Scorecard**

“Según Kaplan y Norton el Balanced Scorecard habilita a las compañías para rastrear resultados financieros y de manera simultánea monitorear el progreso de construir las capacidades y adquirir activos intangibles que necesitan para su crecimiento futuro.” (Leliaert y Rodov, 2002, p. 325)

“El BSC provee una herramienta para que la gerencia de la compañía defina y controle una variedad de estrategias corporativas. Habilita a la compañía para analizar sus resultados financieros, así como la implementación de estrategia corporativa haciendo del futuro una parte integral del sistema de medición.” (Leliaert y Rodov, 2002, p. 325)

Existen algunas similitudes entre el BSCA y el IAM, especialmente en las perspectivas que utilizan. Las perspectivas del BSCA se diferencian del IAM en que el BSCA no intenta basarse en la naturaleza de la firma sino, en un enfoque estratégico.

### **2.6.2.9 The invisible balance-sheet (IBS)**

El IBS fue diseñado por Konrad Group (incluyendo a Karl-Erik Sveiby) para establecer un método para representar los activos de las empresas basadas en conocimiento. Es una extensión de la contabilidad de recursos humanos. Este enfoque divide el capital intelectual de una empresa en capital individual y capital estructural. Los indicadores del capital individual son la competencia profesional y especialidad de los empleados clave que describen la estrategia corporativa. Puede incluir educación, experiencia, número de personas en la compañía con un background relevante así como la distribución específica de responsabilidades en relación a los clientes y proyectos. El capital estructural puede representarse por las ventajas competitivas de la compañía junto con las habilidades de los empleados tales como reputación experiencia y productos específicos, servicios o métodos de producción. (Leliaert y Rodov, 2002, pp. 324-325)



### 2.6.2.10 Economic value added (EVA™)

“El EVA™ fue introducido por Stern Stewart and Co., una consultora neoyorquina como una medidora de desempeño comprensiva que usa las variables de capital presupuestal, planeación financiera, establecimiento de metas, medición de desempeño, comunicación de accionistas y compensación de incentivos. Se basa en activos históricos en libros.” (Leliaert y Rodov, 2002, pp. 326)

En el anexo B se hace una comparación de conceptos de capital intelectual, tratando de establecer si su cuantificación es absoluta, relativa, de figura simple o cualitativa. También muestra el desempeño en relación a sus costos pasados o futuros y qué metodología sirve para hacer un benchmarking.

### 2.6.2.11 EL MÉTODO FiMIAM

La metodología que se va a usar para medir el capital intelectual de la empresa es la metodología del FiMIAM desarrollada por Leliaert y Rodov (2002).

Esta metodología es relativamente sencilla, aplicable a todo tipo de empresas y permite hacer un benchmarking con empresas similares. El método consiste básicamente en determinar el capital intelectual realizado, identificar los componentes relevantes del capital intelectual, justificar los coeficientes, asignar valores y finalmente establecer el valor del capital intelectual.

De acuerdo a Leliaert y Rodov (2002), existen 6 pasos para la aplicación de la metodología FiMIAM.

Paso 1: Determinar el capital intelectual realizado

La diferencia entre el valor en libros y el valor de mercado de una empresa puede definirse como el capital intelectual realizado. Sin embargo el capital real pueda ser mayor debido a que las variaciones existentes en el mercado se derivan de acuerdo a los sentimientos de los inversionistas. La corporación refleja la fluctuación del mercado introduciendo conceptos tales como Investors Assigned Market Value (IAMV),



Attainable Market Value (AMV) de la diferencia de estos dos surge el concepto de Intellectual Capital Erosion (ICE) y surge la siguiente fórmula:

Tabla 2.2

Fórmulas para establecer el valor de mercado

$$\text{Valor de mercado} = \text{Valor Tangible} + \text{Valor Intangible}$$

$$\text{Valor de mercado} = \text{Valor en libros} + \text{Valor del Capital Intelectual realizado}$$

$$\text{Valor de mercado alcanzable} = \text{Valor de mercado} + \text{erosión del capital intelectual}$$

$$\text{Valor de mercado alcanzable} = \text{capital tangible} + (\text{Capital intelectual realizado} + \text{erosión del capital intelectual})$$

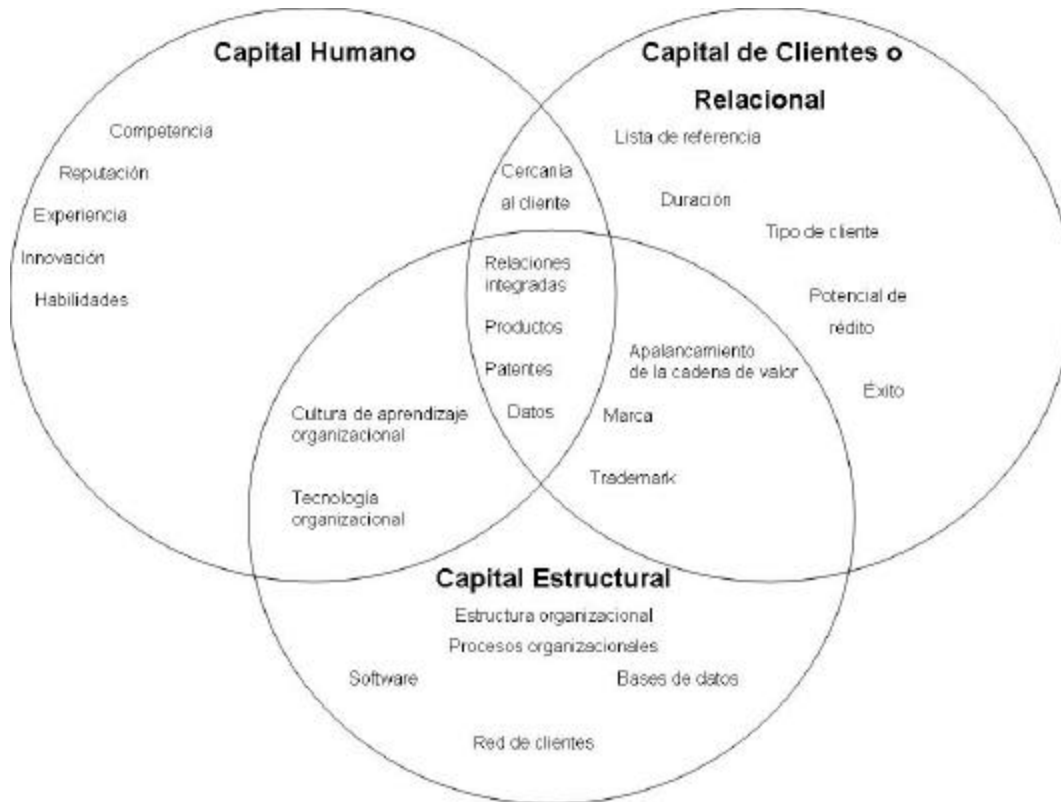
Fuente: Leliaert, Philippe., Rodov Irena. (2002) FiMIAM: financial method of intangible assets measurement. *Journal of Intellectual Capital*. Volume 3 Number 3 2002 p. 332

Paso 2: Identificar los componentes relevantes de capital intelectual

La empresa debe analizar sus datos históricos financieros y no financieros y seleccionar los componentes más importantes de su capital intelectual como los intangibles que explican su potencial de beneficio en el futuro. Los componentes deben acomodarse en los clusters del modelo de tres hojas.

Figura 2.2

Clusters de los componentes del Capital Intelectual de acuerdo al Modelo de 3 hojas



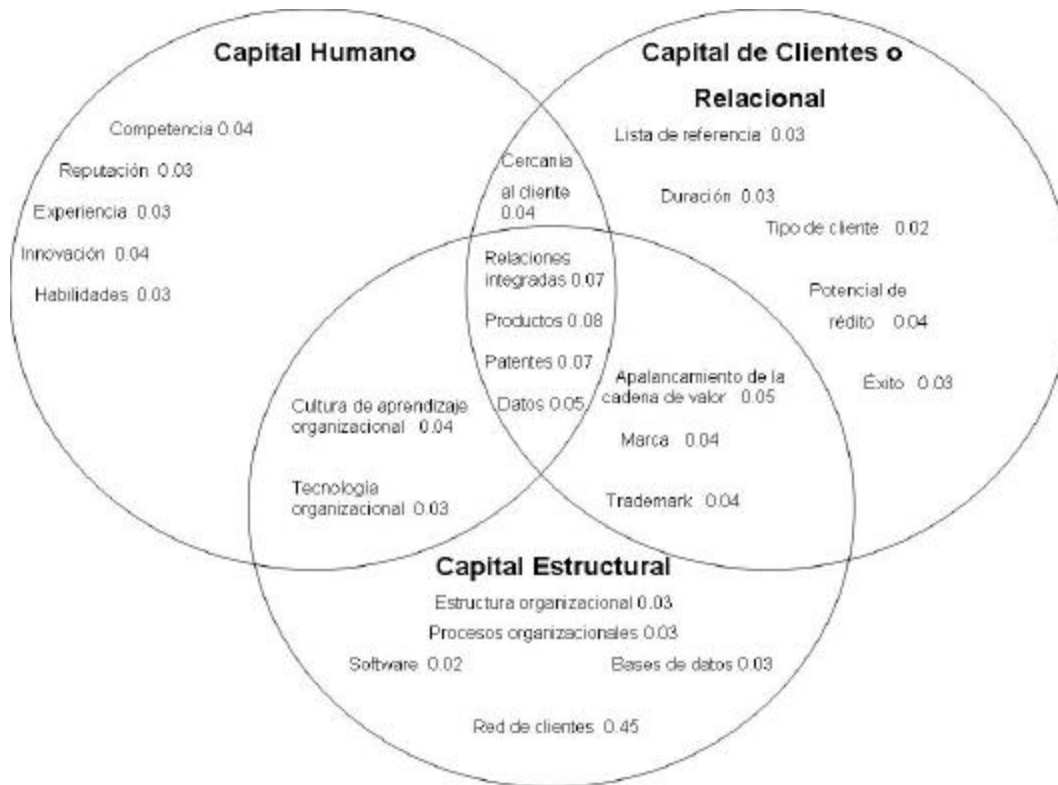
Fuente: Leliaert, Philippe., Rodov Irena. (2002) FiMIAM: financial method of intangible assets measurement. *Journal of Intellectual Capital*. Volume 3 Number 3 2002 p. 333

### Paso 3: Asignar valores relativos a los componentes de IC

Basados en la experiencia y entendimiento de la creación de valor en su empresa, la alta gerencia debe asignar coeficientes apropiados para cada componente que refleje el peso relativo que cada componente tiene en el IC total de la empresa.

Figura 2.3

Componentes del Capital intelectual ponderados de acuerdo a la contribución del  
Capital Intelectual



Fuente: Leliaert, Philippe., Rodov Irena. (2002) FiMIAM: financial method of intangible assets measurement. *Journal of Intellectual Capital*. Volume 3 Number 3 2002 p. 334

#### Paso 4: Justificación de los coeficientes

Los tres componentes más valiosos en este caso son: aprendizaje organizacional, relaciones integradas, y productos y patentes de conocimiento que forman el 21 % del IC de la empresa.

#### Patentes

Edad promedio

Beneficios generados



### Producto de conocimiento

Velocidad del conocimiento: la tasa en la que el conocimiento se comunica dentro de la empresa. Entre más alto la velocidad en el conocimiento, más rápido una organización puede agregar el conocimiento premium a su base de conocimiento.

Tasa de conocimiento nuevo a conocimiento tácito: El conocimiento Premium se puede ver como conocimiento experto tácito que está disponible en forma documentada. Esto eleva la competitividad de la empresa a nivel Premium.

El aprendizaje organizacional es la inducción del conocimiento, cambios de larga duración en el comportamiento, talento, conocimiento o actitudes.

Horas entrenadas por empleado

IQ organizativo

### Paso 5: Asignar valores

El valor monetario de estos componentes de IC se calcula multiplicando sus coeficientes respectivos pro el IC total realizado.

Tabla 2.3

#### Cálculo de componentes ponderados

Patentes	= 0.05 x \$11.3 billones = \$565 millones
Cultura Organizacional	= 0.04 x \$11.3 billones = \$452 millones
Conocimiento de producto	= 0.08 x \$ 11.3 billones = \$904 millones

Fuente: Leliaert, Philippe., Rodov Irena. (2002) FiMIAM: financial method of intangible assets measurement. *Journal of Intellectual Capital*. Volume 3 Number 3 2002 p. 334





Paso 6: Establecer valor de mercado.

“Finalmente se crea un nuevo valor de mercado sumando estos valores de IC al valor en libros de la empresa.” (Leliaert y Rodov, 2002, pp. 334).

## **2.7 CONCLUSIONES**

Después de haber analizado diferentes métodos para medir el capital intelectual, hemos decidido utilizar el Método Financiero para la Medición de Activos Intangibles (FiMIAM), ya que se puede medir el capital intelectual de manera cualitativa y cuantitativa, así como obtener un resultado de carácter financiero.

El método FiMIAM permite determinar el valor de la empresa a partir de la diferencia existente en valor en libros y el valor de mercado de la empresa, esta diferencia establece de manera muy clara el valor del capital intelectual. El determinar cada uno de los componentes de los tres niveles estructural, humano y relacional, el método cumple con lo que mencionan la mayoría de los autores consultados para esta investigación y aparte subdivide estas tres categorías, lo cual hace más tangible la medición.

Una vez establecidos los componentes es más fácil elegir las herramientas necesarias para poder determinar el valor de cada uno de los componentes, la ponderación de cada componente permite ajustar a la medida las necesidades de la empresa y podemos darnos cuenta de qué componente crea más valor a la empresa. Ya que se determinó el valor en dinero de cada componente, es posible saber en qué tiene que invertir más la empresa para elevar su capital intelectual y por consecuencia su valor de mercado.