

CARACTERIZACIÓN Y TIPOLOGÍA DEL CAPITAL INTELLECTUAL EN LA EMPRESA

José Emilio NAVAS LÓPEZ
Catedrático de Organización de Empresas
Universidad Complutense de Madrid

Este trabajo tiene el doble objetivo de caracterizar y clasificar el Capital Intelectual disponible en la empresa. El trabajo se encuadra y trata de vincular tanto la aproximación más reciente derivada de la Gestión del Conocimiento y la medición del Capital Intelectual como la más tradicional basada en la Teoría de Recursos y Capacidades de la empresa.

Por tanto, en primer lugar, se trata de analizar las características básicas del Capital Intelectual, como expresión del conjunto de recursos intangibles de la empresa, a los efectos de una mejor identificación de los mismos. Tales características presentan aspectos novedosos respecto al tratamiento tradicional de los recursos tangibles que merecen ser destacados. En segundo lugar, se presenta una propuesta de clasificación del Capital Intelectual, desarrollando el denominado modelo Intellect, a partir de la consideración simultánea de varios criterios clasificatorios. Esta propuesta pretende desagregar suficientemente los distintos tipos de Capital Intelectual, en la búsqueda de una clasificación más universal y consensuada para los intangibles en la empresa.

1.-_INTRODUCCIÓN

Los activos intangibles se están convirtiendo cada día con mayor peso en la clave del éxito competitivo de las empresas, por lo que su identificación, medición y evaluación es un campo de estudio cada vez más relevante desde el punto de vista de la Dirección de Empresas.

Con la denominación de Capital Intelectual se suele reconocer el conjunto de activos intangibles con los que cuenta una organización. Este trabajo tiene el doble objetivo de caracterizar y establecer una tipología del Capital Intelectual disponible en la empresa, desde la aproximación metodológica de la llamada Teoría de Recursos y Capacidades de la empresa.

Por tanto, en primer lugar, se trata de identificar las características principales de dichos recursos, en base a las cuales la empresa puede crear y mantener la ventaja competitiva sostenible. En segundo lugar, se presenta una clasificación del Capital Intelectual, a partir de la propuesta del Modelo Intellect, para establecer una tipología de activos intangibles empresariales.

En base a las características y tipos establecidos, la empresa podrá discriminar los más valiosos que pudieran ser el origen de la obtención y mantenimiento de su ventaja competitiva.

2.- LA TEORÍA DE RECURSOS Y CAPACIDADES COMO MARCO DE REFERENCIA DE LA GESTIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL

La consideración de la empresa como sistema abierto en permanente contacto con su entorno determinó, durante varias décadas, el modelo dominante en la Dirección de Empresas bajo el supuesto de que las condiciones externas eran determinantes de la competitividad empresarial. Los conocidos trabajos de Porter (1982, 1987), derivados del paradigma Estructura-Conducta-Resultados, surgido en la Escuela de Harvard en los años treinta y provenientes de la Economía Industrial, otorgan un papel relevante a los factores externos en la explicación del resultado empresarial.

Los factores integrados en el denominado modelo de las cinco fuerzas de Porter (1982) como el grado de rivalidad entre los competidores instalados en un sector, los competidores potenciales, la existencia de productos sustitutivos o el poder de negociación de proveedores y clientes, son la base para la interpretación de la rentabilidad empresarial.

En base a estos factores, se identifican el conjunto de oportunidades y amenazas que el entorno ofrece a la actuación de la empresa, en función de los cuales la empresa elegirá la forma de actuar más oportuna para el mejor aprovechamiento propio. Tales condicionantes y las respuestas respectivas, explicarán el nivel de rentas a obtener por cada organización.

Ahora bien, la influencia de los factores externos es idéntica para todas aquellas empresas situadas en el mismo entorno competitivo, por lo que se ven sometidas a las mismas condiciones y por tanto a las mismas expectativas de rentabilidad. Sin embargo, la práctica competitiva presenta multitud de situaciones en las que empresas ubicadas en el mismo sector económico obtienen niveles diferentes de rentabilidad.

Dado que las condiciones externas para las empresas actantes son objetivas, independientes y no alterables para las mismas, la justificación de los distintos niveles de rentas sólo puede venir explicado por condiciones internas.

En este contexto, es donde ha cobrado especial interés, en los últimos años, en la literatura sobre Dirección de Empresas, la Teoría de los Recursos y Capacidades, la cual centra su atención en el análisis de los activos que poseen las empresas, así como en sus diferencias, y en la importancia que tiene este hecho para explicar la evolución de los

resultados (Wernerfelt, 1984). Tres ideas básicas sostienen este enfoque (Navas y Guerras, 1998:179-180):

- Las empresas son diferentes entre sí por razón de los recursos y capacidades que poseen en un momento determinado, así como, por las diferentes características de los mismos (heterogeneidad). Además, estos no están disponibles para todas las empresas en las mismas condiciones (imperfecta movilidad). La heterogeneidad y la imperfecta movilidad explican las diferencias de rentabilidad entre las empresas, incluso entre las pertenecientes a la misma industria (Barney, 1991; Peteraf, 1993; Fernández y Suárez, 1996, Ventura, 1996).
- Los recursos y capacidades tienen cada día más un papel relevante para definir la identidad de la empresa. Ante entornos inciertos, complejos y turbulentos, las empresas se han planteado históricamente qué podían hacer para enfrentarse a tales amenazas. Sin embargo, aparece cada vez con mayor fuerza la tendencia contraria de orientar la estrategia empresarial basada en potencialidades internas. Grant (1996b:153) afirma que cuanto más dinámico sea el entorno de la empresa, más sentido tiene basar la estrategia en los recursos y capacidades internos frente a hacerlo según consideraciones de tipo externo.
- El beneficio de la empresa es consecuencia, tanto de las características competitivas del entorno, como de la combinación de los recursos que dispone.

A partir de este enfoque, la empresa es considerada como un conjunto de tecnologías, habilidades, conocimientos, etc., que se generan y aplican con el tiempo, es decir, como combinación única de recursos y capacidades heterogéneos (Grant, 1996a), o bien "una comunidad social especializada en la rapidez y eficiencia en la creación y transformación de conocimientos" (Kogut y Zander, 1996:503).

Dentro del conjunto de recursos y capacidades, Barney (1991) distingue entre capital físico, capital humano y capital organizativo. Por su parte, Grant (1996a) diferencia tres tipos de recursos: tangibles, intangibles y humanos. A los efectos de la caracterización posterior, distinguiremos únicamente entre recursos de carácter tangible e intangible, justamente para darle mayor importancia a los segundos en el soporte de la actuación competitiva de la empresa. El criterio para establecer la clasificación deriva de la naturaleza de los recursos: mientras los primeros tienen un soporte físico, los segundos están basados en la información y el conocimiento (Itami y Roehl, 1987; Sveiby, 1997).

Los Recursos Tangibles

Los recursos tangibles son aquellos activos de la empresa que tienen un soporte físico y se concretan en algo material, por lo que pueden ser fácilmente identificados en el seno empresarial. Las características más relevantes de este tipo de recursos son:

- Visibles: ya que su soporte físico hace que se pueden identificar y visualizar adecuadamente.
- Cuantificables: se pueden medir y cuantificar con relativa facilidad.

Dentro de los recursos tangibles se suelen distinguir los siguientes tipos: Inmovilizado (terrenos, edificios, maquinaria, instalaciones, equipos informáticos), Existencias (materias primas, productos terminados, productos semielaborados) y Activos financieros (capital, reservas, derechos de cobro, acciones de otras empresas).

El objetivo de su gestión es bien la mejor asignación posible dentro de la empresa o fuera de ella (en combinación con los recursos de otras empresas o su venta) que lleve a su optimización en la utilización. El principal problema que presentan se deriva de que su valoración contable (a precios históricos) puede no ser muy significativa a efectos estratégicos (Grant, 1996a:159-161).

Los Recursos Intangibles

Por su parte, los recursos intangibles son aquellos activos que no tienen soporte físico, ya que están basados en la información y el conocimiento, por lo que se hace difícil su identificación y cuantificación.

Sin embargo, estos activos están teniendo una importancia creciente para la empresa, como sustento de su ventaja competitiva, ya que sus características específicas les hacen tener un fuerte potencial diferenciador respecto de los competidores. Factores como la imagen de la empresa, el conocimiento tecnológico, el capital humano o la marca, son variables con un peso cada vez mayor en la explicación del éxito empresarial.

Bajo el concepto de Capital Intelectual se recoge el conjunto de recursos intangibles de los que dispone una empresa en un determinado momento del tiempo (Brooking, 1997, Euroforum, 1998, Edvinsson y Malone, 1999). Este concepto responde a una variable stock que representa el conjunto de activos basados en la información y el conocimiento disponibles en el interior de la empresa.

Desde esta perspectiva el conocimiento es el factor clave o recurso estratégico en la creación de valor de la empresa, lo que lleva a la empresa a la necesidad de conocer cuál es

su conocimiento disponible, y entender cómo adquirirlo, aplicarlo, almacenarlo y clasificarlo (Grant, 1996b; Tsoukas, 1996; Spender, 1996), con vistas a la creación o adquisición de nuevo conocimiento (Nonaka, 1991, 1994; Nonaka y Takeuchi, 1995; Hedlund y Nonaka, 1993; Hedlund, 1994) que sea aplicable a la empresa.

Por todo ello, se observa como la Teoría de Recursos y Capacidades y la Gestión del Conocimiento y el Capital Intelectual son dos aproximaciones metodológicas muy cercanas en el estudio de los activos intangibles en la empresa. La primera es una línea de pensamiento más teórica, representada por autores como Penrose (1959), Wernerfelt (1984), Barney (1986), Hall (1992, 1993), Grant (1991, 1996a) centrada en el estudio de los activos intangibles considerándolos como la fuente principal de generación de ventajas competitivas de la empresa. La segunda trata estos aspectos desde un punto de vista más práctico, y que son los que hacen referencia explícita al Capital Intelectual y a la Gestión del Conocimiento, formada por autores como Nonaka (1991, 1994), Nonaka y Takeuchi (1995), Brooking (1997), Ross, et al. (1997), Sveiby (1997) y Edvinsson y Malone (1999).

Para todos ellos el conocimiento es un factor o recurso clave en la creación de valor de la empresa; esta creencia es la que justifica la necesidad de entender y analizar las características o dimensiones del mismo, así como la necesidad de clasificar los intangibles en aras de poder utilizarlos como base de la creación de ventajas competitivas.

3.- CARACTERÍSTICAS DEL CAPITAL INTELECTUAL

Los recursos intangibles presentan una serie de características específicas que condicionan decisivamente su mejor gestión en la empresa. En efecto, al contrario de los recursos tangibles, los intangibles presentan diversas connotaciones particulares altamente interesantes de analizar en función de su más adecuada utilización y clasificación posterior. Entre ellas, destacamos las siguientes:

- Invisibilidad

Al estar basados en la información y el conocimiento, no tienen soporte físico lo cual incrementa la dificultad de su tratamiento (Itami y Roelh, 1987, Itami, 1994, Salas, 1996). De igual forma que los recursos tangibles son fácilmente identificables en virtud de su apariencia física, los intangibles son de difícil observación en la realidad, lo cual introduce serios problemas no sólo para su mera identificación sino también para su posterior clasificación.

- Dificultad de cuantificación

Justamente por estar basados en la información y el conocimiento presentan problemas para su medición y evaluación, lo cual implica dificultades para saber la

magnitud y el valor de los mismos. Esta dificultad se incrementa al estar basados muchos de ellos en conocimiento de tipo tácito, es decir, en conocimiento que, por su propia naturaleza, es no formalizable ni codificable. En tales casos, es prácticamente imposible su cuantificación.

- Falta de aparición en los estados contables

Los estados financieros proporcionados por la Contabilidad sólo recogen los activos tangibles, no considerando, salvo casos excepcionales, el valor de los intangibles (Grant, 1996a:161). El principio de prudencia contable aconseja no incorporar los intangibles en los balances de situación para no alterar inadecuadamente el valor de la empresa, debido precisamente a las dificultades de cuantificación y valoración, antes analizadas. Sólo en momentos concretos de la empresa, por ejemplo, en procesos de venta o fusión empresarial, aparece recogido el valor de los intangibles a través de la consideración del "good-will" o Fondo de Comercio.

La no incorporación de los activos intangibles a los estados contables explica las diferencias entre el valor contable y el valor de mercado de las empresas (Grant, 1996a:163). Mientras el primero sólo considera la valoración de los activos físicos, el segundo integra la valoración que los agentes económicos hacen del conjunto de la empresa. Esta diferencia es especialmente manifiesta en empresas con escasos activos físicos, como suelen ser las empresas de la llamada nueva economía.

Además, estas diferencias están creciendo progresivamente en la realidad de prácticamente todas las empresas, lo cual indica la cada vez mayor importancia que el mercado concede a los recursos intangibles.

- Apreciación por el uso

Al contrario que los recursos tangibles que tienden a depreciarse a medida que son utilizados, los intangibles ganan valor a medida que son más usados (Fernández, 1995:14, Fernández et al, 1998:90). En efecto, mediante la repetición en la utilización y la experimentación de determinados recursos intangibles se puede crear nueva información y conocimiento que incrementa el valor de los activos anteriores. Aspectos como las habilidades humanas o las marcas de la empresa son ejemplos ilustrativos de ello.

Ello introduce en la gestión de empresas una ley de rendimientos crecientes de la utilización de activos contraria a la sostenida tradicionalmente por la teoría microeconómica respecto a los activos tradicionales. Lo cual implicaría, en caso de valoración contable de los intangibles, un nuevo problema contable contrario al tradicional referido a la amortización de los activos físicos, para la actualización del valor de los intangibles.

- Inexistencia de mercado

No suele existir un mercado de compraventa de intangibles en el sentido de que se pueden comprar y vender entre empresas lo cual compromete su adquisición o transferibilidad de unos agentes a otros (Amit y Schoemaker, 1993:39, Fernández et al, 1998:91).

Bien es cierto que para algunos de estos intangibles, como es el caso de los recursos humanos, existe un mercado libre de contratación de directivos y profesionales que permite a los individuos pasar a prestar sus servicios de una empresa a otra. Sin embargo, para la mayoría de los intangibles no se da esta circunstancia y tanto más cuando aparezcan alguna de las dos siguientes situaciones:

- a) que los intangibles estén basados en conocimientos tácitos, no codificables y, por tanto, imposibles de transferir (Reed y De Fillipi, 1990).
- b) la complementariedad de unos recursos con otros de forma que la utilidad de los mismos resida en su uso combinado, siendo imposible o perdiendo gran parte de su eficacia, su consideración individual (Zander y Kogut, 1995).

Aún cuando el intangible esté basado en conocimiento explícito y, por tanto, ser susceptible de transferencia, aparece la característica adicional de bien público, ya que por el mero hecho de estar basado en información y conocimiento, el poseedor del mismo no pierde su capacidad de utilización dado que el conocimiento en el que se basa puede ser compartido (Salas, 1996:18). Ello implica que el propietario original puede mantener su potencial competitivo intacto aunque sea también utilizado por otros agentes

- Lentitud de acumulación

Los activos intangibles son de lenta y costosa acumulación, a partir de la propia experiencia de la empresa, constituyendo generalmente un proceso único e irreplicable relativo a la formación de la historia de la empresa (Itami, 1994, Salas, 1996). Variables como la imagen de la empresa, la cultura corporativa, las rutinas organizativas o el conocimiento tecnológico se van creando poco a poco, a través de la experiencia y la historia de la empresa, hasta constituir un determinado potencial en cierto momento.

Este proceso histórico está normalmente sometido a cierta ambigüedad causal, que hace difícil conocer incluso para la propia empresa las relaciones causa-efecto de su devenir a lo largo del tiempo. Tal ambigüedad causal hace tanto más difícil su imitación y reproducción por parte de otros competidores (Reed y De Fillipi, 1990:91-92).

- Falta de definición de los derechos de propiedad

Al estar basados en la información y el conocimiento, en ciertos casos, los derechos de propiedad no están bien definidos lo que introduce un problema de apropiabilidad respecto a su explotación por parte de la empresa. Ello es especialmente significativo en el caso de los recursos humanos, dado que las habilidades, aptitudes y experiencia de las personas pertenecen indudablemente a las mismas, por lo que en principio la empresa no tiene posibilidad directa de aprovechamiento (Grant, 1996a:180). Sólo a través de la teoría de contratos, la empresa asegura la puesta a su disposición de tales capacidades a cambio de una remuneración.

- Valor de liquidación nulo

En bastantes casos, sobretodo en aquellos no vinculados a las personas, los intangibles tienen un nulo valor de liquidación en el sentido de al estar necesariamente ligados a la actividad empresarial, carecen de valor ante la posibilidad de desaparición de la empresa (Salas, 1996:19).

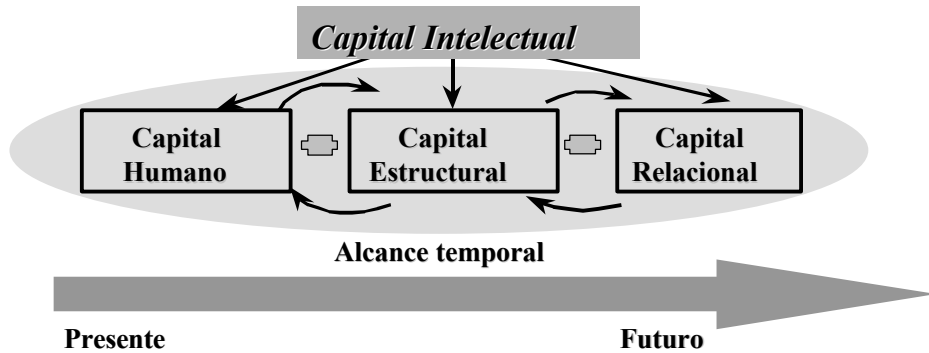
En resumen, todas estas características introducen evidentemente condicionantes importantes para la adecuada gestión del capital intelectual en la empresa, especialmente respecto a su identificación, medición y clasificación, problema que tratamos a continuación.

4.- CLASIFICACIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL

El segundo de los objetivos de este trabajo es plantear una clasificación de activos intangibles que permita diferenciar entre distintos tipos al objeto de una mejor identificación y medición de los mismos. Para ello, aceptamos la propuesta del Modelo Intelect (Euroforum, 1998), desarrollado por el Instituto Universitario Euroforum-Escorial y un grupo de empresas españolas, ya que es uno de los modelos más actuales y completos que se han formulado en nuestro país y que mayor aceptación ha tenido en el ámbito empresarial español.

El criterio de clasificación en el que se basa el modelo es el relativo a la naturaleza de los intangibles disponibles por la empresa, distinguiendo en función de los contenidos básicos que se consideran en cada uno de los tipos. De acuerdo con este criterio, se divide el Capital Intelectual en Capital Humano, Capital Estructural y Capital Relacional, tal como aparece representado en la figura 1.

Figura 1: El Modelo Intellect: El Capital Intelectual



Fuente: EUROFORUM (1998:34)

El Capital Humano se refiere al conocimiento (explícito o tácito) útil para la empresa que poseen las personas y equipos de la misma, así como su capacidad para regenerarlo; es decir su capacidad para aprender (Euroforum, 1998:35). Es aquel que pertenece básicamente a las personas puesto que reside en ellas.

En la medida en que el conocimiento latente en las personas y equipos de la empresa consiga ser explicitado, sistematizado e internalizado por la organización, se puede hablar de Capital Estructural (Euroforum, 1998:35). Por lo tanto, el Capital Estructural está referido a todo aquel conjunto de conocimientos que es propiedad de la empresa y que queda en la organización cuando las personas la abandonan, ya que es independiente de las mismas.

El Capital Relacional se refiere al valor que tiene para la empresa el conjunto de relaciones que mantiene con el exterior (Euroforum, 1998:35). Ello implica la consideración de cualquier tipo de vínculos que la empresa establezca con los distintos agentes económicos con los que se relaciona.

Como se puede observar en la figura 1, el modelo incorpora un criterio adicional con base temporal, a partir del cual se establecen las categorías de Presente y Futuro, relativas, respectivamente, a la valoración en el momento actual de los intangibles y a la potencialidad que representan los mismos en el futuro.

Esta clasificación es susceptible de desarrollo para un mayor enriquecimiento en un doble sentido: incorporando nuevos criterios de clasificación y desagregando más

ampliamente los tipos de intangibles propuestos en el modelo original. En base a estos objetivos, se propone una nueva clasificación multicriterio que desarrolla la anterior, tal como aparece representada en la figura 2.

Figura 2: Clasificación multicriterio del Capital Intelectual

Naturaleza				
C. Humano		C.Estructural	C.Relacional	
<i>No defendible</i>	Emocional Operativo	Organizativo Tecnológico	Agentes externos Agentes internos	<i>Tácito</i>
<i>Defendible</i>	Operativo	Organizativo Tecnológico	Mercado	<i>Explícito</i>
<i>Individual</i>		<i>Colectivo</i>		
<i>Asociado RR.HH</i>		<i>No asociado a RR.HH</i>		

Fuente: elaboración propia

En esta clasificación se consideran simultáneamente los siguientes criterios adicionales al de su naturaleza:

Según su posibilidad de defensa legal

Este criterio, que no ha sido muy tratado en la literatura, salvo propuestas como las de Hall, (1992; 1993) y Fernández, (1996) es el que diferencia los intangibles por su posibilidad de defensa por parte de la organización, entre defendible legalmente y no defendible. Este criterio es relevante porque el conocimiento es difícil de proteger debido a que no es fácil detectar su apropiación o imitación ilegal. Así a la empresa le interesa conocer qué recursos puede proteger y cuales no.

Según el tipo de poseedor

Según que el poseedor del conocimiento sea una persona concreta o recaiga sobre un grupo de individuos, se puede diferenciar entre carácter individual y colectivo. Este criterio es interesante para discriminar qué tipos de intangibles pertenecen a las personas, puesto que descansan en ellas, y cuáles otros son difícilmente asumibles por los individuos debido a su carácter colectivo y compartido por los miembros de la organización.

Según la asociación a los Recursos Humanos

Aunque muy parecido al anterior, este criterio diferencia en función de la vinculación directa de los conocimientos a los recursos humanos de la empresa. En este sentido, aquellos intangibles no asociados a los recursos humanos son los que se pueden considerar

verdaderamente propiedad de la organización, ya que son independientes de las personas que los protagonizan.

Según el tipo de conocimiento

Un criterio básico considerado en bastantes de las clasificaciones establecidas (Kogut y Zander, 1992; Hedlund, 1994; Nonaka y Takeuchi, 1995; Spender, 1996; Spender y Grant, 1996; Euroforum, 1998) es el que diferencia al conocimiento en función de su carácter entre tácito (personal, difícil de formalizar y comunicar) y explícito (codificado y transferible a través del lenguaje formal y sistemático).

Aunque la propuesta presentada en la figura 2 establece como idénticos los criterios 1 y 4 y el 2 y 3, tal similitud tiene un carácter general representativo de la mayoría de las situaciones. Sin embargo, es preciso hacer constar que, con respecto a ciertos intangibles, pueden aparecer características cruzadas que alteren la clasificación propuesta.

Por otro lado, y de acuerdo con los contenidos de la figura 2, cada uno de los tipos de capital intelectual inicialmente identificados es susceptible de una mayor desagregación en base a los nuevos criterios presentados.

Dentro del Capital Humano, se propone la distinción entre conocimiento emocional y operativo. El primero hace referencia a las actitudes y comportamientos que mantienen los individuos dentro de la organización e incluye aspectos cercanos a los sentimientos y motivaciones, relativos a cómo se integran las personas dentro de la empresa. El operativo recoge las aptitudes y habilidades que poseen los recursos humanos, referidas a las capacidades inherentes a los individuos y que ponen al servicio de la organización.

Dentro del Capital Estructural se ha considerado adecuado distinguir entre Capital Organizativo y Capital Tecnológico por estimar que atienden a aspectos y contenidos de naturaleza distinta entre sí. El Capital Organizativo integra todos los aspectos relacionados con la clásica Teoría de la Organización de la Empresa, referidos a diseño estructural, mecanismos de coordinación, comportamiento grupal, rutinas organizativas, cultura corporativa, sistemas de planificación y control, etc.. El Capital Tecnológico recogería todos aquellos conocimientos de carácter técnico e industrial disponibles en la empresa.

Para el Capital Relacional, aunque la propuesta original del Modelo Intelect consideraba únicamente las relaciones con los agentes externos, parece conveniente ampliar el conjunto de agentes con los que la empresa pueda establecer vínculos para recoger más fielmente todas sus posibles relaciones. Así se han diferenciado agentes internos, agentes externos y de mercado.

Dentro del grupo de agentes internos se consideran los accionistas, los directivos y los trabajadores. El grupo de agentes externos está integrado por clientes, proveedores,

competidores, Administraciones públicas y otros agentes como movimientos sociales, de consumidores o ecologistas. Por último, dentro del grupo de mercado se incluyen aquellos aspectos genéricos de la empresa a partir de los cuales la empresa se presenta ante su entorno, considerado en un sentido amplio. Nos estamos refiriendo a aspectos como la imagen, la reputación, la marca o el logotipo, que por no ser específicos de una relación concreta con un agente determinado se ha considerado más oportuno integrarlos en esta categoría genérica denominada de mercado.

6.- CONCLUSIONES

Como se expuso anteriormente, el objetivo principal del presente trabajo no eran otros que el de caracterizar y clasificar los recursos intangibles de la empresa, integrados en el concepto de Capital Intelectual.

Respecto del primero, se ha llevado a cabo un análisis de las principales características que definen a los intangibles a los efectos de una mejor identificación de los mismos. Tales características presentan aspectos novedosos respecto al tratamiento tradicional de los recursos tangibles que merecen ser destacados.

Respecto del segundo, a partir de la propuesta del Modelo Intelect de clasificación del Capital Intelectual, se ha desarrollado dicho modelo en base a la consideración simultánea de varios criterios clasificatorios. Ello permite establecer una diferenciación más precisa de los distintos tipos de intangibles que ayuden a una mayor comprensión de los mismos.

La clasificación planteada puede ser la base para propuestas posteriores que intenten un mayor desarrollo de la misma, en la búsqueda de una clasificación más universal y consensuada para los intangibles en la empresa.

No obstante, dos cuestiones merecen ser destacadas como extensiones de la propuesta realizada, que deben encaminar las líneas de investigación futuras:

- El diseño de indicadores precisos, sencillos y factibles para indentificar con nitidez el conjunto de intangibles presentados.
- El análisis de las vinculaciones y los procesos de transformación entre los distintos tipos de intangibles de la clasificación.

El estudio e investigación de estas cuestiones es un ámbito relevante en el área de la Dirección de Empresas que merece ser ampliamente desarrollado en aras tanto al diseño de nuevos modelos teóricos que interpreten más adecuadamente la realidad como de orientaciones prácticas que guíen la actuación empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

- AMIT, R.; SCHOEMAKER, P. (1993): Strategic Assets and Organizational Rent, Strategic Management Journal, vol. 14, pp. 33-46.
- BARNEY, J. (1986): Strategic Factor Markets: Expectations, Luck and Business Strategy, Management Science, vol. 32, nº 10, pp. 1231-1241.
- BARNEY, J.B. (1991): Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, Journal of Management, vol. 17, nº 1, pp. 99-120.
- BROOKING, A. (1997): El Capital Intelectual. El Principal Activo de las Empresas del Tercer Milenio, Paidós, Barcelona.
- EDVINSSON, L.; MALONE, M. (1999): El Capital Intelectual, Gestión 2000, Barcelona..
- EUROFORUM, (1998): Proyecto Intelect. Medición del Capital Intelectual. Euroforum, Madrid.
- FERNÁNDEZ, Z. (1995): Las Bases Internas de la Competitividad de la Empresa, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, vol. 4, nº 2, pp. 11-19.
- FERNÁNDEZ, E. (1996): Innovación, Tecnología y Alianzas Estratégicas. Factores Clave de la Competitividad, Civitas, Madrid.
- FERNÁNDEZ, E.; MONTES, J.M.; VÁZQUEZ, C.J. (1998): Los Recursos Intangibles como Factores de Competitividad de la Empresa, Dirección y Organización, nº 20, pp. 83-98.
- FERNÁNDEZ, Z.; SUÁREZ, I. (1996): La Estrategia de la Empresa desde una Perspectiva basada en los Recursos, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, vol. 5, nº 3, pp. 73-92.
- GRANT, R. (1991): The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation, California Management Review, vol. 33, nº 34, pp. 114-135.
- GRANT, R. (1996 a): Dirección Estratégica. Conceptos, Técnicas y Aplicaciones, Civitas, Madrid.
- GRANT, R. (1996b): Prospering in Dynamically-Competitive Environments: Organizational Capability as Knowledge Integration, Organization Science, vol. 7, nº 4, pp. 375-388.

- HALL, R. (1992): The Strategic Analysis of Intangible Resources, Strategic Management Journal, vol. 13, pp. 145-158.
- HALL, R. (1993): A Framework linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage, Strategic Management Journal, vol. 14, pp. 607-618.
- HEDLUND, G. A (1994): Model of Knowledge Management and N-Form Corporation, Strategic Management Journal, vol. 15, pp. 73-90.
- HEDLUND, G.; NONAKA, I. (1993): Model of Knowledge Management in the West and Japan, en Lorange, P. et al. (eds.): Implementing Strategic Process: Change, Learning and Cooperation, Blackwell, Oxford, pp. 117-144.
- ITAMI, H. (1994): Los Activos Invisibles, en Campbell, A. y Luchs, K. (eds.): Sinergia Estratégica, Deusto, Bilbao.
- ITAMI, H.; ROELH, T.W. (1987): Mobilizing Invisible Assets, Harvard University Press, Cambridge.
- KOGUT, B.; ZANDER, U. (1992): Knowledge of the Firm, Combinative Capacities, and the Replication of Technology, Organizational Science, vol. 7, n° 3, pp. 283-301.
- KOGUT, B.; ZANDER, U. (1996): What Firms Do?. Coordination, Identity and Learning, Organization Science, vol. 7, n° 5, pp. 502-517.
- NAVAS, J.E.; GUERRAS, L.A. (1998): La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones, Civitas, Madrid, Segunda edición.
- NONAKA, Y. (1991): The Knowledge Creating Company, Harvard Business Review, vol. 32, n° 3, pp. 27-38.
- NONAKA, Y. (1994): A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation, Organization Science, vol. 5, n° 1, pp. 14-37.
- NONAKA, I.; TAKEOUCHI, H. (1995): The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics for Innovation, Oxford University Press, Nueva York.
- PENROSE, E. (1959): The Theory of the Growth of the Firm, Wiley, Nueva York.
- PETERAF, M. (1993): The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View. Strategic Management Journal, vol. 14, pp. 179-191.

- PORTER, M. (1982): Estrategia Competitiva, C.E.C.S.A., México.
- PORTER, M. (1987): Ventaja Competitiva, C.E.C.S.A., México.
- REED, R.; DE FILLIPI, R.J. (1990): Causal Ambiguity, Barriers to Imitation and Sustainable Competitive Advantage, Academy of Management Review, Vol. 15, nº 1, pp. 88-102.
- ROOS, G.; ROOS, J.; EDVISSON, L.; DRAGONETTI, N.C. (1997): Intellectual Capital. Navigating in the new Business Landscape, McMillan, Londres.
- SALAS, V. (1996): Economía y Gestión de los Activos Intangibles, Economía Industrial, nº 307, pp. 17-24.
- SPENDER, J. (1996): Making Knowledge the Basis of a Dynamic Theory of the Firm, Strategic Management Journal, vol. 17, special issue, winter, pp. 45-62.
- SPENDER, J.C.; GRANT, R. (1996): Knowledge and the Firm: Overview, Strategic Management Journal, vol. 17, special issue, winter, pp. 5-9.
- SVEIBY, R. (1997): The New Organizational Wealth, Berrett-Koehler, San Francisco.
- TSOUKAS, H. (1996): The Firm as Distributed Knowledge System: A Constructionist Approach, Strategic Management Journal, vol. 17, special issue, winter, pp. 11-25.
- VENTURA, J. (1996): Análisis Dinámico de la Estrategia Empresarial. Un Ensayo Interdisciplinar, Universidad de Oviedo, Oviedo.
- WERNERFELT, B. (1984): A Resource-based View of the Firm, Strategic Management Journal, vol 5, pp. 171-180.
- ZANDER, U.; KOGUT, B. (1995): Knowledge and the Speed of the Transfer and Imitation of Organizational Capabilities: An Empirical Test, Organization Science, vol. 6, nº 1, pp. 76-92.