

EL CAPITAL INTELECTUAL: COMPONENTE DE LA COMPETITIVIDAD EN LAS ORGANIZACIONES*

Intellectual capital: component of competitiveness in organizations

*William Niebles***, *Ignacio Barrios****

Recibido: Mayo 7 de 2012/Aceptado: Julio 11 de 2012

RESUMEN

La presente investigación muestra la importancia que tiene el capital intelectual en el desarrollo de las organizaciones, de tal manera que evidencie desde el aporte teórico, la contribución que este aplica a la competitividad de las mismas. El propósito de este estudio es establecer la incidencia que tiene la gestión del capital intelectual en las empresas. La investigación se fundamentó en el método analítico-documental, permitiendo inferir sobre la importancia que tiene el capital intelectual en la competitividad de las organizaciones. Para su análisis se parte desde los diferentes conceptos expresados por Castells (2000), Prusak (1997), Stewart (1997), Bueno (2005), García-Parra, Simon y Sallan (2006) referente a la gestión del capital intelectual, logrando un adecuado entendimiento de la temática tratada, seguido del análisis del conocimiento como recurso para la empresa, subsiguientemente estudiando el concepto de organización y competitividad y terminando con las apreciaciones de los investigadores respecto al valor agregado que este genera para hacerla diferente de las demás.

Palabras clave: Capital intelectual, Organización, Competitividad, Conocimiento, Entorno global.

ABSTRACT

The purpose of this paper is to identify the real impact of the Theory of Intellectual Capital as one of the Knowledge Management practices in the companies. Analytical approach is conducted using documentary methods in order to ascertain the relevance of this theory for the promotion not only of individual development but also corporative development in terms of competitiveness.

Ideas put forward by Castells (2000), Prusak (1997), Stewart (1997), Good (2005), Garcia-Parra, Simon and Sallan, (2006) underpinning Intellectual Capital as a strategic resource for organizations that aim to supply market demands and keep competitiveness in a global economy. It is also analyze how the implementation of this theory provides added values to the company that makes it different from the others.

Keywords: Intellectual capital, Organization, Competitiveness, Knowledge, Global environment.

Cómo referenciar este artículo: Niebles, W. & Barrios, I. (2013). El capital intelectual: componente de la competitividad en las organizaciones. *Ad-Gnosis*, 2(2), 115-128.

* Este artículo es producto de la investigación titulada "Capital intelectual en el desarrollo de las organizaciones", realizada con recursos propios asignados al Grupo de Investigación PROCARIBE, de la Universidad del Atlántico, 2013. Línea de Investigación en Economía y Empresa. Artículo de revisión.

** Doctorante en Ciencias Gerenciales. Máster en Dirección Estratégica. Administrador de Empresas. Docente Titular e Investigador de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad del Atlántico. williamniebles@yahoo.com.mx

*** Doctorante en Ciencias Gerenciales. Magíster en Gerencia de Empresas, mención: Gerencia Financiera. Administrador de Empresas. Docente Titular e Investigador de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad del Atlántico. profesorignaciobarrios@hotmail.com

Introducción

En el mundo globalizado en el que hoy viven las organizaciones, la dirección empresarial ha pasado de reconocer la importancia de los inversionistas, el valor de los consumidores y de aquellos que trabajan en la organización, para darle importancia a la información y el conocimiento. Ello ha llevado a cambios sustanciales en la forma de entender la realidad.

La gerencia se enfrenta al reto de gestionar el conocimiento en las organizaciones, por lo cual hoy es relevante estudiar la preponderancia de los intangibles y su impacto en la obtención de ventaja competitiva sostenida, pues aunque se ha reconocido desde hace tiempo que la prosperidad económica descansa en el conocimiento y su aplicación útil, es relativamente nuevo el énfasis en este último.

Los empresarios han entendido que en sus bienes y/o servicios vende algo más que el producto, vende un valor agregado representado por diversos elementos que el comprador asimila o percibe, vende lo que lo hace diferente de sus competidores y le hace atractivo al cliente: vende su experiencia y su saber hacer, vende conocimiento.

También ha comprendido, que el capital intelectual es el único bien revalorizable de una empresa, mientras que los otros bienes (edificios, equipo, maquinarias, etc.) comienzan a perder valor desde que son adquiridos.

Ante esta situación, se debe repensar las es-

trategias organizacionales; agregando valor a una organización mediante la gestión del conocimiento, esto es, vincular a la estrategia y funcionamiento de la empresa las prácticas de creación, difusión y apropiación de conocimiento. La estructura de la empresa debe modificarse de tal manera que sus diversas funciones puedan participar en redes y, mediante la adopción de diversas prácticas, facultarse de capacidades para extraer la información de dichas redes y transformarla en conocimiento valioso para la toma de decisiones (Prusak 1997) (Citado por Estrada y otros, 2007, pp. 129-148).

Por lo tanto, la gestión de los recursos organizacionales deben incluir todos los activos controlados por la empresa y que le habilitan para implementar estrategias que mejoren su eficiencia y efectividad (Barney, 1991, pp. 99-120), concibiendo que en los procesos de creación de valor, recursos intangibles, tales como la creatividad, el talento o una perspectiva innovadora, pueden generar ventajas competitivas sostenibles dado que son únicos, difíciles de imitar, de naturaleza tácita y complejos (Dierickx & Cool, 1989, pp. 1504-1511).

El abordaje de esta investigación se configuro teniendo en cuenta las diferentes concepciones que en la literatura encontramos respecto a la gestión del capital en las organizaciones, después se relacionan el capital intelectual, la organización y la competitividad, posteriormente se analizan los aportes de la gestión del capital intelectual y por últimos se establecen

las consideraciones referentes al estudio realizado.

Concepción del Capital Intelectual

El término de Capital Intelectual como tal es atribuido al economista canadiense John Kenneth Galbraith, quien en 1969 realizó un intento por comprender el significado de este concepto, cuestionándose sobre cuánto valor habría proporcionado el Capital Intelectual en las últimas décadas a las organizaciones de su época (Edvinsson & Sullivan, 1996, p. 358).

Sin embargo, existen diferentes definiciones para el capital intelectual. Para Brooking, por ejemplo, “con el término capital intelectual se hace referencia a la combinación de activos inmateriales que permiten que una empresa funcione”.

En cambio, Edvinsson y Sullivan (1996, p. 356) lo definen como aquel conocimiento que puede ser convertido en beneficio en el futuro y que se encuentra formado por recursos tales como las ideas, los inventos, las tecnologías, los programas informáticos, los diseños y los procesos. En otras palabras, es el material intelectual, el conocimiento, la información, la propiedad intelectual y la experiencia, que puede utilizarse para crear valor.

Este capital, en términos de Stewart (1997), es fuerza cerebral colectiva, difícil de identificar y aún más de distribuir eficazmente, pero quien la encuentra y la utiliza, triunfa. Junto con la información se han convertido en las materias

primas fundamentales de la economía y sus productos más importantes.

Brooking por su lado, considera que el Capital Intelectual es la combinación de activos inmateriales que permiten hacer funcionar a la empresa, siendo ésta, a su vez, el resultado de la combinación de los activos materiales más el Capital Intelectual (Brooking, 1997, p. 48).

Para Edvinsson y Malone (1998, p. 246), comprende el capital humano, estructural, clientela, organizacional, innovación y proceso. Para *Stewart*, el capital humano, estructural y cliente. Para *Euroforum*, el capital humano, estructural y relacional.

Otra forma de ver el capital intelectual la aporta Bradley (1997, p. 53) cuando plantea que el capital Intelectual es la capacidad para transformar el conocimiento y los activos intangibles en recursos que generan riqueza tanto en las empresas como en las naciones.

De esta forma, se observa que la definición de Capital Intelectual ha sido abordada por diferentes teóricos y ha venido evolucionando a través del tiempo, considerándose hoy el capital intelectual tanto una forma de creación de valor como un activo en su sentido tradicional, incluyendo en él, diferentes elementos como: El potencial del cerebro humano, los nombres de los productos y las marcas, liderazgo en tecnología, formación de empleados, rapidez en la respuesta a las solicitudes de servicio de los clientes, entre otras (Ramírez, 2007, p. 137).

En tal sentido, se puede considerar que el capital intelectual es el elemento más importante de la organización, en término de lo que representa para lograr los objetivos organizacionales (producción, mercadeo, finanzas, etc.) y es el componente que permite dinamizar las actividades y la gestión de los recursos para las empresas.

El Conocimiento para las Empresas

Desde una perspectiva basada en los recursos internos de la empresa como base de creación de ventajas competitivas, anota Barney (1991, pp. 99-120) que la información y el conocimiento se han convertido en factores claves de las organizaciones exitosas. Barnes (2002, pp. 91-108) agrega que desde el planteamiento basado en el conocimiento organizativo, representado por rutinas operativas, las aptitudes o el saber hacer, se convierte en el capital más rentable.

Amaya y Pérez (2003, pp. 69-71), considera que el conocimiento depende de la “reunión de ideas y experiencias de objetos y situaciones, confirmadas y contextualizadas por el sujeto, lo que hará que dependa del medio en el que se desenvuelve tanto para fortalecerlas como para disminuirlas, y con el objeto de llevarlas a la acción y retroalimentación de nuevas creencias y experiencias.

Ciertas definiciones sobre lo que es conocimiento y su gestión, consideran o insinúan que le proporciona a las organizaciones ventajas competitivas, al respecto Villalba (1996,

pp. 13-15) referente a ventajas competitiva considera que son el conjunto de atributos que posee una empresa y con los cuales se distingue de sus competidores y obtiene unos rendimientos superiores a los de estos, que, además, son reconocibles por sus clientes.

Barney (1991, pp. 99-120) afirma que para desarrollar y explotar una ventaja competitiva, la organización debe poseer un conjunto de recursos, e identificar aquellos que son considerados valiosos, raros, difícil de imitar o sustituir, como fuente potencial de ventajas competitivas sostenidas. Basándose en esto, se puede afirmar que el conocimiento como recurso único, difícil de transferir, imitar o sustituir es una fuente de ventajas competitivas en las organizaciones.

Adicionalmente, Nieves y León (2001, pp. 121-126), plantean que mientras más inteligente es una empresa y más conocimiento acumula, mayor es la posibilidad de lograr ventaja frente a los competidores del mercado. Las empresas que aprovechan al máximo sus conocimientos no tienen que repetir tareas, ni perder tiempo en realizarlas; están preparadas para mostrar su rentabilidad, para compartir y para no acaparar el conocimiento en la organización, están en el camino del *know-how* particular al aprendizaje compartido.

En relación con lo anterior, es muy válido considerar que la implementación de sistemas de gestión del conocimiento en las organizaciones reducen costos y optimizan recursos que

permiten a las empresas desarrollar sus labores de manera más eficiente, sacar más provecho del conocimiento que poseen sus empleados, reducir tiempos de respuesta y resolver inconvenientes en menor tiempo, siempre y cuando, el conocimiento esté a la disposición del personal y se tenga fácil acceso a él.

Además, el conocimiento permite generar ventajas competitivas, en la medida que agregue valor al bien o servicio producido por las empresas, siempre y cuando, el valor añadido al bien o servicio sea producto de la aplicación del conocimiento organizacional. Estas condiciones permitirán a las empresas diferenciarse de su competencia y cubrir el rol de líder dentro del sector.

Pero debemos entender que el conocimiento en las organizaciones es producido por el capital humano, tal como lo expresa Nonaka y Takeuchi (1995, p. 59), al afirmar que este capital surge de los individuos y es transformado en un conocimiento valioso cuando se establece un proceso para compartirlo dentro de la organización, cuando esto ocurre, se construyen de cuatro maneras diferentes en cualquier organización:

- De tácito a tácito, que se produce cuando los individuos comparten conocimiento mediante observación, imitación y/o práctica, convirtiéndolo en su propio conocimiento tácito; sin embargo, ninguno de los individuos obtiene una visión sistemática en su conocimiento, y el mismo no puede ser utilizado por la organización como explícito.

- De explícito a explícito, que se produce cuando un individuo combina elementos del conocimiento existente, adaptando o mostrando una nueva perspectiva del todo; sin embargo, esta forma de conocimiento no implica la expansión de la base de conocimiento de la organización.
- De tácito a explícito, que se produce cuando un individuo es capaz de articular los fundamentos de su conocimiento tácito, lo convierte en explícito y se logra por consiguiente un crecimiento de la base de conocimiento.
- De explícito a tácito, que se produce cuando el conocimiento explícito es compartido a lo largo de la organización, los demás comienzan a utilizarlo y por lo tanto lo amplían, extienden e incorporan en su propio conocimiento tácito.

De este modo, en las organizaciones toma importancia la implementación de este recurso en el direccionamiento estratégico, porque aporta significativamente a los diferentes procesos que se lleven a cabo y particularmente, a la gestión del capital intelectual, en cuanto favorece los resultados de las empresas, al crear y compartir conocimiento, impactando positivamente y significativamente en los individuos quienes son los que aplican el conocimiento.

Organizaciones, Capital Intelectual y Competitividad

Drucker (1993, p. 74) destaca la importancia de la llegada de un nuevo tipo de sociedad, dominada por los activos de conocimiento y

con un entorno donde se compite por la distribución del Capital Intelectual y en su libro *La revolución de la riqueza*, Toffler (2006) distingue tres sistemas de riqueza a lo largo de la existencia de la humanidad: en este considera que el segundo sistema de riqueza fue la industrialización, la cual empezó a surgir a finales del siglo XVII y condujo al surgimiento de las fábricas y la urbanización, combinando la energía procedente de los combustibles fósiles con las tecnologías de la fuerza bruta.

Y considera como tercer factor a la sociedad del conocimiento o la economía del conocimiento como fuente de riqueza. Para él, se inició aproximadamente a mediados de los años cincuenta del siglo XX; desafió todos los principios de la industrialización, puesto que sustituye los factores tradicionales de la producción industrial: tierra, mano de obra y capital, por el conocimiento. Mientras que el sistema de riqueza de la segunda ola trajo la producción en serie para grandes masas de consumidores, la tercera ola desmasifica la producción, los mercados y la sociedad.

Este tercer factor, considerado por Toffler el nuevo sistema de riqueza, ha impulsado cambios importantes en las relaciones de los seres humanos con el tiempo y el espacio. Estos cambios en la forma de relacionarse con el conocimiento tienen un poderoso efecto sobre la riqueza del mundo real, en quién y cómo la consigue; se intensifica la competitividad y se acelera la innovación, se crean continuas turbulencias y renovaciones en los métodos, los mercados y la gestión.

Se puede afirmar que el resultado final, como lo destaca Ramírez, todo esto produce un cambio en la economía desde la industria hasta los servicios, e inclusive se ha dado un cambio en la mentalidad competitiva de la industria, ofreciendo una mayor cantidad de información asociada al funcionamiento de los productos, lo cual, a su vez, ha dado lugar al problema de la administración del conocimiento, a partir del cual se han generado diferentes teorías que buscan resolverlo. La teoría del capital intelectual es uno de los últimos desarrollos en esta línea de pensamiento (Ramírez, 2007, p. 139).

En consecuencia el capital intelectual, en términos de administración se refiere a la combinación de activos inmateriales que contribuye para que la empresa logre sus objetivos y según Annie Brooking (1997, p. 240) el capital intelectual de una empresa se divide en cuatro categorías: Activos de mercado; activos de propiedad intelectual; activos centrados en el individuo y activos de infraestructura.

No obstante, cada vez que hablemos del capital intelectual debemos entenderlo como los activos centrados en el individuo, cualificaciones que conforman al hombre y que hacen que sea lo que es; representado en la pericia colectiva, la capacidad creativa, la habilidad para resolver problemas, el liderazgo y la capacidad empresarial y de gestión de los colaboradores en la organización. Este tipo de activos no puede ser propiedad de la empresa; los conocimientos encerrados en la mente

del individuo solo le pertenecen a él (Ramírez, 2007, p. 139).

En tal sentido, la gestión del capital intelectual, se concibe a partir de un conjunto de procesos y sistemas, que buscan que el capital intelectual de una organización aumente de forma significativa, mediante la administración de sus capacidades para solucionar problemas en forma eficiente (en el menor espacio de tiempo posible), con un objetivo final: generar ventajas competitivas y sostenibilidad en el tiempo; lo cual es una razón para no perder de vista en la dirección estratégica con miras a una mayor competitividad.

Este capital se observa desde las bases de datos, manuales, patentes o marcas hasta las rutinas, normas, capacidades, sistemas y cultura establecidas en la organización. Su gestión se basa en el aprendizaje organizacional, en la gestión de los sistemas y tecnologías de información, así como de la gestión patrimonial de los recursos tecnológicos tal como lo concibe Bontis (2000, pp. 85, 100).

La gerencia de este capital implica gestionar el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación e información, la cual han facilitado a las organizaciones una mayor competencia y eficiencia para direccionar este capital hacia los objetivos organizacionales, permitiendo la innovación, que entre otras cosas genera nuevos servicios, productos, patentes, tecnologías y proyectos entre otros, contribuyendo así a la competitividad, desde la gestión

del conocimiento y, en particular del capital intelectual, para el éxito de una organización. (Osorio, 2003, p. 7).

Las diferentes disciplinas centradas en el estudio de las organizaciones vienen abordando desde hace décadas, y con perspectivas diferentes, los aspectos críticos de su gestión, adaptación a los cambios y competitividad de las mismas. En un entorno global –en el que los mercados, los productos, las tecnologías, los competidores, las legislaciones y las sociedades en su conjunto cambian a gran velocidad– la innovación continua y el conocimiento que hace posible dicha innovación se han convertido en importantes fuentes de supervivencia y ventaja competitiva sostenible para una empresa, región o sociedad.

En este contexto, se reafirma que el conocimiento, la capacidad de crearlo y utilizarlo, se constituyen en la principal fuente de ventaja competitiva de las organizaciones, las regiones o las sociedades. Además, el reconocimiento de la importancia del conocimiento como recurso estratégico y factor de ventaja competitiva sostenible supone un cambio en la forma de concebir la gestión de las organizaciones.

El pensamiento estratégico, como lo señala Mintzberg, ha tenido la virtualidad de señalar al conocimiento como fuente de ventaja competitiva de las organizaciones. La planificación y gestión estratégica se centra principalmente en el pensamiento lógico y analítico mientras que los aspectos humanos no cuantificables

tienden a no ser considerados como recursos estratégicos.

Del mismo modo, en el Proyecto Meritum, se definieron tres elementos integrantes del capital intelectual, que pueden incidir notoriamente en la gestión estratégica de este recurso, de la siguiente manera:

- **Capital humano:** está integrado por el conocimiento que el empleado se lleva cuando abandona la empresa. Incluye los saberes, las capacidades, experiencias y habilidades de las personas que integran la organización. Mientras una parte de este conocimiento es exclusivo de los individuos, otra parte puede ser genérica. Ejemplos son la capacidad para innovar, la creatividad, el saber hacer y la experiencia previa, la capacidad para trabajar en equipo, la flexibilidad del empleado, la capacidad de negociación, la motivación, la satisfacción, la capacidad de aprender, la lealtad, etc., así como su nivel educativo y la titulación académica.
- **Capital estructural:** se define como el conjunto de conocimientos que permanecen en la empresa al final de la jornada laboral. Comprende las rutinas organizativas, los procedimientos, sistemas, culturas, base de datos, etc. Ejemplos son la flexibilidad organizativa, el servicio de documentación, el uso generalizado de Tecnologías de la Información, la capacidad organizativa de aprender, etc. Algunos de ellos pueden protegerse legalmente y convertirse

en Derechos de Propiedad Intelectual o Industrial, como los derechos de autor o las patentes.

- **Capital relacional:** se entiende el conjunto de recursos ligados a las relaciones externas de la empresa con sus clientes, proveedores de bienes, servicios o capital o con sus socios de I + D. Comprende tanto las relaciones de la empresa con terceros (inversores, acreedores, clientes, proveedores, etc.), como las percepciones que estos tienen de la compañía. Ejemplos de esta categoría son la imagen, la lealtad y la satisfacción de los clientes, los pactos con los proveedores, el poder comercial, la capacidad de negociación con instituciones financieras, con reguladores, etc. (Simaro, Tonelli & Carus, 2012, pp. 98-100).

No obstante, a pesar de la manera como se presente o se deduzca este capital, el permite contribuir al desarrollo de las organizaciones, haciéndolas más competitivas, siempre y cuando genere valor a todos los procesos que se desarrollen dentro de las organizaciones.

Algunos Beneficios Generados por el Capital Intelectual

La generación de beneficio depende directamente de la gestión que se haga a este conjunto de conocimiento y capacidades, por ello, compete a los directivos y demás personal de la compañía establecer los parámetros para lograr una apropiación y generar ventajas competitivas, a mediano y largo plazo.

Podmoguilyn Gustavo, considera que la Gestión de conocimiento “significa algo más que la simple manipulación de datos. Es el reconocimiento de un activo humano incorporado a las mentes de las personas, para convertirlo en un activo empresarial de fácil acceso y posible utilización, por parte de aquellos integrantes del grupo de quienes dependen en mayor medida las decisiones más importantes de la empresa. La gestión de este tipo de activo precisa de un compromiso expreso de crear nuevos conceptos, diseminarlos por toda la organización e incorporarlo a los productos, servicios y sistemas” (Podmoguilyn, 2007).

Las empresas se ven muy relacionada y en estrecha vinculación con su entorno, la globalización, la nueva economía, las tics las innovaciones tecnológicas constituyen un reto a enfrentar para lograr mayor adaptación en mercados que pueden ser divergentes. En este contexto, la gestión del capital intelectual permite adaptarse a un entorno cambiante y es la clave de la competitividad de las organizaciones, en la denominada era de la información y la tecnología o era del conocimiento.

De esta manera, las empresas que gestionan adecuadamente la información obtenida de los actores externos de las mismas y, en consecuencia, a largo plazo logran mejorar los productos que tienen en el mercado, obtienen grandes beneficios en todos los ámbitos, entre los que se destacan: lealtad de sus clientes y captación de nuevos, significativa reducción de costos en relación con los proveedores,

disposición de las entidades financieras a otorgarles préstamos para nuevos proyectos, mayor interés de las personas en invertir o en adquirir acciones de la empresa, y, el más importante, puesto que es el que viene a develar el valor oculto de la empresa (su Capital Intelectual): aumento en el valor de mercado de la misma (Román, 2004, p. 69).

Por lo tanto, las ventajas competitivas se producen desde los factores y elementos que están directamente relacionados con el manejo y dominio de la información, quiere decir esto, que las empresas deben identificar desde un análisis interno y estructural donde se manejan y requieren mayor información para generar valor.

Según Low y KohenKalafut el conocimiento puede manifestarse en un ente a través de los factores intangibles; Liderazgo, Diseño y ejecución de la estrategia, Comunicación y transparencia, Valor de la marca, Reputación, Redes y alianzas, Tecnología y procesos, Capital humano, Organización y cultura del trabajo, Innovación y Adaptabilidad (citados por Simaro, Tonelli & Carus, 2012, p. 98). Esto implica generar valor agregado a las organizaciones, con el propósito de volverlas más dinámicas para enfrentar los cambios de entorno y de mercado.

En lo relacionado con Capital Humano “el valor de los beneficios intangibles puede resultar más importante que el beneficio en valor monetario. Ejemplo de los beneficios intangibles

generados por la inversión en Capital Intelectual serían: fomento del desarrollo integral de la persona, mejora en las relaciones laborales, mejora en el clima organizacional, incremento en la motivación del personal, eliminación de barreras y paradigmas (obsesión desmedida por el respeto a los procesos formales, las jerarquías, los estatus, etc.), entre otros” (Benavides, 2012, pp. 100-115).

Así pues, para lograr la conversión del conocimiento en ventajas a largo y mediano plazo debe haber una “interacción entre conocimiento tácito y explícito durante los procesos de socialización (conversión de tácito a tácito), internalización (conversión de explícito a tácito), externalización (conversión de tácito a explícito) y combinación (conversión de explícito a explícito)” (Nonaka & Takeuchi, 1995, pp. 58-64).

En este sentido, el capital intelectual contribuye en la generación de beneficios en la medida que aporta crecimiento económico, gracias al dominio de costos y optimización de recursos y desarrollo organizacional, mediante la creación de planes estratégicos conducentes a lograr los propósitos de la organización y generar mejoras en los diferentes procesos administrativos y productivos.

Las Dimensiones del Capital Intelectual Fortalecen la Innovación y Sostenibilidad de la Empresa

En el mundo globalizado en el que hoy viven las organizaciones, la dirección empresarial ha pasado de reconocer la importancia de los in-

versionistas, a reconocer el valor de los clientes y de aquéllos que trabajan en la organización. La empresa en sus bienes y/o servicios, vende algo más que el bien y/o servicio, vende un agregado representado por diversos elementos que el comprador asimila o percibe, vende lo que la hace diferente de sus competidores y la hace atractiva al consumidor: vende su experiencia y su saber hacer, vende conocimiento.

El éxito de las empresas radica en que su ventaja competitiva las distinga en sus ámbitos comerciales, es decir, en saber cuáles son las necesidades que pueden satisfacer de manera óptima, significa su capacidad para retener al personal que trabaja con el conocimiento y de saber cómo y de qué manera pueden mejorar su desempeño constantemente, logrando que gente ordinaria haga cosas extraordinarias.

Hoy se compite haciendo tangible el valor de lo intangible, haciendo visibles los valores ocultos que agregan valor a la operación organizacional, más allá del valor de los bienes de capital y productos manufacturados, la nueva sociedad se está moviendo hacia otro tipo de activos: hacia el conocimiento y el procesamiento de la información. El éxito de las empresas, de aquéllas que desean aumentar su nivel de competitividad, se encuentra en el capital intelectual, en la gestión del talento humano, en su capacidad creativa, de innovación, de aprendizaje organizacional.

Las dimensiones del capital intelectual determinan la posición de la empresa en su esfuer-

zo por alcanzar ventaja competitiva. La fuerza del capital intelectual reside en tres grupos armonizados entre sí, como un todo: las personas, las estructuras y las relaciones.

- a) Dimensión capital humano: Se ha definido como el valor económico potencial de la capacidad de una persona o de la sociedad activa de un país, adquirido mediante experiencia o conocimiento; reside en los miembros de la organización y permite generar valor a la empresa.
- b) Dimensión capital estructural: El capital estructural está constituido por todo aquello que ha fomentado la organización y que la distingue de otras. Está representado por el conocimiento de las personas que se integra a los procesos internos y tecnologías de la organización, a los procedimientos y a los sistemas de trabajo que han desarrollado.
- c) Dimensión capital relacional: Si el cliente es el objeto de acción de la empresa, es importante que la organización conozca de principio a fin cuándo y cómo se establece su relación y las circunstancias que hacen que exista y las que puedan acabar con ella. Por tanto, es necesario que la empresa defina lo que significa el cliente, lo que necesita y también que conozca aquellas cosas que el cliente necesita, aun cuando ella no las conozca.

Con base en lo anterior, se puede considerar que las organizaciones están compuestas por elementos que hacen funcional el desarrollo de las actividades. Destacándose las personas

o Capital Intelectual como el componente más importante de la estructura empresarial.

Estos elementos desarrollan acciones permanentes que fortalecen la creatividad relacionada de manera inmediata con la diferenciación, innovación de productos (bienes y/o servicios), y traducida en competitividad y sostenibilidad para la organización.

De esta manera, la gerencia debe apreciar que el elemento humano, en la medida que cumpla eficientemente sus tareas a través de los procesos, logra el objetivo de maximizar los ingresos y utilidades, permitiendo que la organización sea sostenible en el tiempo.

Consideraciones

Una vez analizados los aspectos que resaltan la importancia del capital intelectual y la forma como las organizaciones gestionan las acciones para generar valor agregado a partir de éste, se puede llegar a las siguientes consideraciones:

La tecnología y los sistemas de información están al alcance de todas las empresas, estos elementos combinado con una adecuada gestión del talento humano contribuyen a generar ventajas competitivas que puede diferenciar una organización de otra, aunado con el capital humano, capacidad y conocimientos, son esenciales para dar valor a la misma.

De igual manera, la dirección de empresas moderna debe reconocer en el capital intelectual

una fuente para generar mayores beneficios a la organización, al considerarlo un activo revalorizable y esencial para producir desarrollo y mejorar la infraestructura de estas organizaciones.

Además, la gestión del capital intelectual permite a las organizaciones enfrentar de manera más decidida los cambios del entorno global, en la medida que proporciona herramientas adecuadas para llevar a cabo las estrategias que conduzcan a aumentar su eficiencia, volviéndola más competitiva.

De este modo, la capacidad de generación de valor de las empresas no se entiende ya relacionada directamente con la eficiencia en la gestión de los activos materiales, si no, como el resultado de la gestión del capital intelectual, considerado como el factor fundamental de valor económico y capacidad competitiva del futuro.

Por otro lado, en término de rentabilidad y de gestión empresarial, el capital intelectual promueve unas organizaciones más ágiles, adecuadas cada vez más a las exigencias del mercado, a las necesidades de aprovechar las oportunidades y disminuir las amenazas en un entorno.

Finalmente se pudo constatar la importancia del capital intelectual en la generación de valor agregado en las organizaciones, permitiéndoles aumentar las fortalezas, en la medida que agrega información suficiente a los gerentes para la toma de decisiones.

Referencias

Amaya & Pérez (2003). Gestión el conocimiento y Universidad como institución generadora de conocimiento, *Revista Ingeniería de la Universidad Distrital*, 3(1), 69-71.

Barnes (2002). The mobile commerce value chain: Analysis and future developments, *International Journal of Information Management*, 22, 91-108.

Barney (1991). Firms resources and sustained competitive advantage, *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

Benavides (2012). Medición, valoración y determinación del impacto del capital intelectual en la generación de valor en la empresa, *Revista Tendencias*, XIII(1), 100-115.

Bontis, Chong, and Richardson (2000). Intellectual Capital and the Nature of Business in Malaysia, *Journal of Intellectual Capital*, 85-100.

Bradley (1997). "Intellectual capital and the new wealth of nations", *Business Strategy Review*, 8(1), 53-62.

Brooking, A. (1997). *El capital intelectual: el principal activo de las empresas del tercer milenio*. Barcelona: Editorial Paidós.

Bueno (1998). El capital intangible como clave, en la competencia actual. *Boletín de Estudios Económicos*, 53(164), 207-229.

- Castells (2000). *The Rise of Network Society*: Oxford. Blackwell Publishing.
- Dierickx & Cool (1989). Asset Stock Accumulation and Sustainability of Competitive Advantage, *Management Science*, 35, 1504-1511.
- Drucker, P. (1994). *La sociedad postcapitalista*. Bogotá, D.C.: Grupo Editorial Norma S.A.
- Edvinsson & Malone (1998). *El capital intelectual: cómo identificar y calcular el valor inexplorado de los recursos intangibles de su empresa*. Bogotá: Grupo Editorial Norma S.A.
- Edvinsson & Sullivan (1996). Developing a model for managing intellectual capital, *European Management Journal*, 14(4), 356-364.
- Estrada & Dutrénit (2007). Gestión del conocimiento en Pymes y desempeño competitivo. *Revista Regevist*, 9(2), 130.
- García-Parra, Simo & Sallan (2006). La evolución del capital intelectual y las nuevas corrientes, *Intangible Capital*, 2(13), 277-307.
- Larios (2009). Capital Intelectual: un modelo de medición en las empresas del nuevo milenio. *Criterio Libre*, 7(11), 101-121.
- Meritum (2002). *Guidelines for managing and reporting on intangibles. Intellectual Capital Report*. Madrid: Vodafone Foundation.
- Nieves & León (2001). La gestión del conocimiento: una nueva perspectiva en la gerencia de las organizaciones, *Acimed*, 9(2), 121-126.
- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge creating company*. Oxford: Oxford University Press.
- Osorio (2003). El capital intelectual en la gestión del conocimiento, *Acimed*, 11(6), 7.
- Podmoguinye, G. (2007). Modelos básicos para gestionar el conocimiento. X Congreso del Instituto Internacional de Costos, Lyon, 13, 14 y 15 de junio.
- Prusak (1992). The knowledge advantage, *Strategy & Leadership*, 1(2), 6-8.
- Ramírez (2007). Capital intelectual: Algunas reflexiones sobre su importancia en las organizaciones, *Revista Pensamiento & Gestión*, Enero-junio, p. 137.
- Román (2004). Capital intelectual generador de éxitos en las empresas, *Visión Gerencial*, 3, 69.
- Simaro, J., Tonelli, O. & Carus, L. (2012). Gestión de intangibles en pymes turísticas: Un caso de aplicación de las directrices. *MERITUM. Estud. perspect. Tur*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, v. 21, n. 1, febrero de 2012. Disponible en http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322012000100014&lng=es&nr-m=iso. Accedido en 10 marzo 2014

Stewart, T. A. (1997). *Intellectual capital: the new wealth of organizations*. London: Nicolas Brealey Publishing.

Toffler, A. & Heidi (2006). *La revolución de la riqueza*. Barcelona: Debate.

Villalba (1995). Estrategias empresariales, *Revista Talento. Espacio para la Promoción de la Competitividad*, 2, abril-junio, 13-15.