



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA
Y ADMINISTRACION

NUEVOS PARADIGMAS Y GESTION
DEL CONOCIMIENTO:
UN DESAFIO PARA LA CONTABILIDAD.

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN CONTADURIA

P R E S E N T A:

ANA LISA CHINO SANDOVAL



ASESOR:

C.P.C Y MTRO. BENJAMIN SANCHEZ RODRIGUEZ

MEXICO, D. F.

2005

m. 342556



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS.....	3
INTRODUCCIÓN.....	4
I RUMBO HACIA UN NUEVO PARADIGMA EN CONTABILIDAD.....	5
1. Introducción a los paradigmas	
1.1 Concepto	
1.1.1 Paradigma positivista	
1.1.2 Paradigma realista	
1.1.3 Paradigma hermenéutico	
1.1.4 Paradigma interaccionista	
1.1.5 Ningun paradigma en si mismo es mejor que otro	
1.1.6 Los paradigmas como punto de partida	
1.1.7 Algunas razones importantes por las cuales se rechazan los paradigmas	
1.2 Ante los nuevos escenarios que enfrenta el contador público y los paradigmas en negocios.	
1.2.1 De una economía industrial a una economía del conocimiento	
1.3 La nueva visión del contador público en el conocimiento, innovación y velocidad	
1.3.1 Paradigmas el negocio de descubrir el futuro	
1.4 Importancia del rumbo hacia nuevos paradigmas	
1.5 El camino de un pensamiento complejo en la gerencia	
1.6 El significado del modo de pensar en una organización.	
II INTRODUCCIÓN AL CONOCIMIENTO CONTABLE Y LOS NUEVOS ESCENARIOS EN CONTABILIDAD.....	42
2. Una visión introductoria de la contabilidad	
2.1 Concepto de contabilidad	
2.2 Evolución de la contabilidad y sus principales aportes	
2.3 Los conceptos de sistema de información contable	
2.4 Propósito y naturaleza de la información contable	
2.5 Utilización de la información contable	
2.6 Características de un sistema de información contable	
2.7 Importancia de la información contable	
2.8 Normas básicas que contiene la información contable	
3. La Contabilidad financiera y los Activos	
3.1 Definición de contabilidad financiera y sus características	
3.2 Los estados financieros básicos	
3.3 El concepto, objeto y la clasificación del estado de situación financiera	
3.4 El activo	
3.4.1 Definición de Activo	
3.4.2 Clasificación del Activo	
3.4.3 Limitación en el uso de estados financieros	

- 3.4.4 Definición de Activo Intangible
- 3.4.5 Algunas definiciones de activo intangible
- 3.4.6 Elementos de la definición de activo intangible y algunas consideraciones
- 3.4.7 Reconocimiento y valuación inicial de un activo intangible
- 3.4.8 Importancia de los activos intangibles conforme a principios
- 3.4.9 Que es lo que se dice en cuanto a la valuación de empresas y de los activos intangibles.

III ANTE LOS NUEVOS ESCENARIOS EN LA EVALUACIÓN DE EMPRESAS Y DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES EN CONTABILIDAD. 63

- 4.1 Un panorama sobre el desafío que presenta la contabilidad al arribar el siglo XXI.
- 4.2 Introducción a la valuación de empresas y creación de valor
- 4.3 Un acercamiento al significado de crear valor
- 4.4 Algunos antecedentes en cuestión de valuación
- 4.5 Nuevas tendencias sobre reportar la creación de valor
- 4.6 Regulación sobre las nuevas métricas de valor.
- 4.7 Hacia un nuevo desarrollo en modelos en la valoración de negocios
- 4.8. Consideraciones preliminares ante el reto que enfrentan los participantes en la valuación de reportar un nuevo valor.

- 5. Antecedentes del Capital Humano
- 5.1 Importancia del enfoque en el Capital Humano
- 5.2 Métodos de valuación del Capital Humano

6. Una visión global de los encuestados con respecto a lo que opina de los capítulos.

7. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....85

7.1 Análisis de los resultados con respecto a la aplicación de encuestas, tablas y gráficos

8. CONCLUSIONES.....97

9. BIBLIOGRAFÍA..... 101

AGRADECIMIENTOS.

Antes que nada me siento agradecida con la vida, por haberme permitido finalizar este trabajo, con alegría, esfuerzo y sobre todo con el empeño para poder compartirlo con los seres que me apoyaron durante esta faceta de mi vida.

A Dios porque ha sido la principal fuente de energía, que me ha dado la fortaleza y oportunidad, ofreciéndome las herramientas para dirigirme y cumplir con una parte esencial en mi vida.

Agradezco a mi asesor de tesis Benjamín Sánchez Rodríguez por la atención, prestada durante la elaboración del trabajo.

A la UNAM por darme la oportunidad de aprender en las aulas, estudiar en su biblioteca, divertirme en sus espacios culturales y conocer a su gente. Mi compromiso ahora, es desempeñarme de la mejor manera como profesionista para poner en alto el nombre de mi Institución.

INTRODUCCIÓN.

Como podremos ir observando en el presente trabajo se presenta e intenta ampliar un panorama sobre los nuevos paradigmas, desafíos, tendencias a los que se enfrentan la contaduría pública los directivos, despachos consultores en general todos los interesados en el desarrollo de este tema.

Una vez introduciendo en él, se podrán percatar que la intención no solo es presentar, un marco de referencia sobre la valuación de empresas y creación de valor, como una nueva tendencia de dejar solo ver a la contabilidad financiera tradicional sino ir mas allá y enfocarse no solo a una técnica de medición, si no que como una filosofía sobre la operación del desempeño de las empresas, lo que quiero decir es que en el área de los negocios, el sistema mas aceptado de medición del desempeño ha sido la contabilidad (cifras, números), hoy esta claro que ésta perdiendo la primacía como sistema único de medición de los negocios. Ya que de una era industrial, el recurso estratégico es el capital monetario, en la nueva era de la información, el recurso clave esta cambiando al conocimiento, innovación, creatividad, tecnología, a los fenómenos del entorno en general y por lo tanto el Contador Público se encuentra en una necesidad de revisar los instrumentos hasta sus principios utilizados en su desempeño lo cual significa que el contador debe responder a estos aspectos de una manera responsable, oportuna y eficazmente a las demandas de los clientes, estrategias, y acciones en la competencias.

Todo esto se entiende mejor en un contexto del cambio profundo de las organizaciones en su reto por sostener el impulso de su apertura al aprendizaje.

Para ello se da un panorama general sobre todo un antecedente al respecto de la valuación de empresas y creación de valor, desde que significa valor, que instituciones existen al estudio de valuación. Ya que con respecto a la segunda parte se trata de invitar a los contadores públicos a reconocer que el general valor en las compañías es mas que una filosofía de crear valor, porque este podría ser el objetivo principal de cualquier empresa y siendo los contadores públicos parte fundamental en la toma de decisiones en las mismas, podemos hacer la reflexión sobre lo que esta pasando en los fenómenos que ocurren en el entorno en general, obteniendo así las herramientas necesarias para enfrentar la nueva economía en la que estamos viviendo. Y así finalmente dar una breve introducción sobre el capital humano, algunos métodos devaluación.

Concluyendo la presente investigación con un estudio realizado a través de encuestas cerradas, utilizando para ello dos técnicas que nos permitieron analizar los resultados obtenidos en la aplicación de 56 cuestionarios, realizados a cuatro grupos de contadores públicos con la finalidad de que se contara con un consenso que permitiera soportar la investigación.

CAPITULO I

I. Rumbo hacia un nuevo paradigma en contabilidad

1. Introducción a los paradigmas.

La palabra paradigma proviene del griego. "Fue originalmente un término científico, y en la actualidad se emplea por lo general con el sentido de modelo, teoría, percepción, marco de referencia. En un sentido más general, es el modo en que vemos el mundo, no en los términos de nuestros sentidos, sino como percepción, comprensión e interpretación.

Un modo simple de pensar los paradigmas consiste en considerarlos como "mapas". Un mapa es "simplemente una explicación de ciertos aspectos de un territorio"*. Un paradigma es similar a eso. "Es una teoría, explicación o modelo de otra cosa, no se trata precisamente de lógica, más bien, pertenece a la psicología"*.

"Las influencias que obran en nuestra vida (la familia, la escuela, la iglesia, los amigos, los compañeros de trabajo y los paradigmas sociales), tienen un efecto silencioso e inconsciente en nosotros, y contribuyen a dar forma a nuestro marco de referencia, a nuestros mapas.

Tendemos a pensar que vemos las cosas como son, que somos objetivos. Pero no es así. Vemos el mundo, no como es, sino como somos nosotros o como se nos ha condicionado para que lo veamos.

Cuando otras personas disienten de nosotros, de inmediato pensamos que algo extraño les ocurre porque nuestros paradigmas, correctos o incorrectos, son las fuentes de nuestras actitudes y conductas, y en última instancia de nuestras relaciones con lo demás". (1)

Para Tolomeo, el gran astrónomo egipcio, la Tierra era el centro del universo, pero Copérnico creo un cambio de paradigma, suscitando muchas resistencias y persecuciones al situar al Sol en el centro, todo fue objeto de una interpretación distinta.

Cuanto más conciencia tengamos de nuestros paradigmas, mapas o supuestos básicos, y de la medida en que nos ha influido nuestra experiencia, en mayor grado podremos asumir la responsabilidad de tales paradigmas, examinarlos, someterlos a prueba de la realidad, escuchar a los otros y estar abiertos a sus expectativas, con lo cual lograremos un cuadro más amplio y una modalidad de visión mucho más objetiva.

Así reflexionemos para poder enfrentar adecuadamente los retos y desafíos que tenemos constantemente en nuestra empresa en el trabajo o simplemente en la vida diaria, debemos analizar nuestros esquemas y plantear soluciones a los problemas que tenemos.

* Según el diccionario enciclopédico, Británica publishers, INC. p.490.

(1) [http://www.universidadabierta.edu.mx/Biblio/P/Pro%20Juan EI%20metodo%20pert.htm](http://www.universidadabierta.edu.mx/Biblio/P/Pro%20Juan%20EI%20metodo%20pert.htm)

1.1 Concepto de paradigma

Según el autor Héctor Noguera Trujillo, en su libro los nuevos paradigmas del mexicano en el siglo XXI, define que es: “Un modelo, teoría, percepción, suposición o marco de referencia, lo que quiere decir es el modo de ver el mundo, no con los ojos sino como percepción, comprensión o interpretación, el patrón de ver las cosas de acuerdo a lo que ya sabemos de ellas, es como un mapa; un mapa no es el territorio sino una explicación del mismo”.(2)

Lo esencial es que usted podría llegar a un destino equis con un mapa equivocado de aquí podemos partir a la comprensión de lo que ya conocemos para formar a través del conocimiento nuevos criterios, la importancia de estos sería porque correctos o incorrectos, son las fuentes de nuestras actitudes y conductas en última instancia de nuestras relaciones con los demás sin dejar atrás que los paradigmas son las lentes con las cuales nos enfrentamos a la vida.

El cambio nos hará sentir y actuar en forma distinta a la usual, la pregunta sería ¿Usted podría ver bien algo usando unos lentes equivocados?

Empero el autor cuestiona se puede cambiar las actitudes y conductas sin cambiar los paradigmas, este será un factor inútil siempre que permanezcamos a largo plazo con paradigmas básicos de los que surgen esas actitudes y conductas pero si lo que pretendemos es realizar en nuestra vida cambios relativamente menores, puede que baste con que nos concentremos lo mencionado, a lo que si aspiramos a un cambio de conducta significativo, tenemos que trabajar sobre nuestros paradigmas básicos.

El dar un paso al cambio es conocer como se menciono a nuestros paradigmas; asumir una responsabilidad acerca de ellos para examinarlos a fondo, escuchando las opiniones de otras personas y mostrando una apertura al cambio.

Para comprender un poco más sobre el tema hablaremos de los grandes paradigmas en la producción de conocimiento, desde una perspectiva cualitativa debemos centrarnos en cuatro de ellos, que son los que están vigentes actualmente, los que de una u otra manera están inspirando la generación de conocimiento, con la única finalidad de contar con un amplio panorama que nos proporcionen más elementos para enfrentar los nuevos paradigmas.

Y los cuatro paradigmas son:

1.El positivista

2.El realista

3.Herméneutico

4.Interaccionista

(2) Héctor Noguera Trujillo; Los nuevos paradigmas del mexicano en el siglo XXI, p.16

Lo que interesa, como base para entender dónde estamos cuando hablamos de perspectiva cualitativa, es describirlos y ubicar la perspectiva cualitativa en uno de ellos.

1.1.1 Paradigma positivista

“Un primer paradigma es el *positivista*. Por algunos identificando también como el paradigma *naturalista*, en el sentido de que se asocia a las ciencias naturales. Se caracteriza por el alto interés en la *verificación* del conocimiento, sobre todo a través de componer *predicciones*.

Algunos lo han llamado “*el paradigma prediccionalista*”, ya que lo importante es plantear una serie de *hipótesis*, es decir: predecir que algo va a suceder y luego *comprobar o verificar* que sucedió.

En las ciencias naturales y en las ciencias exactas es utilizado con mayor énfasis. Un ejemplo muy sencillo: cuando se predice que si tengo un cable y lo pongo en contacto con la energía eléctrica, la energía va a transmitirse a través del cable. Hay una predicción que se confirma, que es verificable, porque al final del cable se puede medir, se puede sentir que la electricidad está en otra punta. Esta es, en términos muy simples, muy sencillos, la esencia de la predicción.

Una de las pretensiones de los positivistas radica en decir que la predicción es, en cierta medida, una vez que se confirma, una *explicación del hecho*. O sea en la predicción va necesariamente acompañada de una explicación de por qué se concretó el pronóstico, basada en las premisas sobre las cuales se sustenta la interrelación. Eso quiere decir que la explicación de por qué pasa la electricidad de una punta de un cable hacia la otra, es porque el material cobre es un buen conductor de la electricidad”.⁽³⁾

1.1.2 Paradigma Realista

“El *paradigma realista* es, en cierta forma, una variante del positivismo, pero tiene su propio status: aquí no es tan importante la predicción, pues se asume que no es lo mismo que la explicación. Lo que importa para avanzar en la generación de conocimiento es llegar a las *causas*, llegar a las *explicaciones últimas*, entendiendo que las explicaciones son diferentes a las predicciones.

En este paradigma realista uno de los intereses ha sido, por ejemplo, en el campo de la comunicación, el *modelo de efectos de los medios*. Ha buscado explicar -sin lograrlo- por qué los medios producen determinados efectos en la audiencia. La mayoría de la investigación de efectos se ha ubicado en la búsqueda de las causas de estos efectos; algunas veces poniendo estas causas dentro del proceso de comunicación, otras veces poniéndolas afuera, pero finalmente la búsqueda ha sido para explicar estos efectos”.⁽⁴⁾

(3) <http://correo.udlap.mx/~jpriante/paradigmas.html>

(4) *Ibid.* <http://correo.udlap.mx/~jpriante/paradigmas.html>

“Actualmente, a lo que han llegado la mayoría de los seguidores de este paradigma realista, es a entender que es muy difícil encontrar las causas últimas (a determinados efectos o manifestaciones de fenómenos) y que a todo lo que se puede aspirar, en todo caso, sería a *sustanciar por qué* algo sucedió. Sustanciar quiere decir: atribuir una serie de elementos por los cuales algo sucedió.

No obstante, el interés y la intención dentro de este paradigma es tratar de juntar todas las posibles causas, asumiendo que cualquier resultado es el *producto* de varias de ellas, *aunque no* se pueda saber exactamente de cuál. La tarea del que produce conocimiento, entonces, es tratar de dar un peso específico, mayor o menos, a algunas causas en comparación a otras”.⁽⁵⁾

1.1.3. Paradigma hermenéutico

“El *paradigma hermenéutico* se diferencia del positivista y del realista porque da el mayor peso no a lo que es, sino a la *interpretación* de lo que es.

De alguna manera, tanto el paradigma positivista como el paradigma realista basaron la verdad de su conocimiento en descubrir los elementos que estaban interviniendo en determinados acontecimientos o procesos.

El paradigma hermenéutico, de algún modo, dice: “no interesa llegar a un conocimiento *objetivo*, sino llegar a un *conocimiento consensuado*”. Lo que importa es ponerse de acuerdo en que esto es de esta forma -sobre ciertas bases-, *independientemente* de que lo sean o no. Y lo importante es la interpretación que hace el investigador de lo que está estudiando”.⁽⁶⁾

En el campo de los medios de comunicación se ha utilizado mucho -y se ha abusado de este paradigma hermenéutico-, en el sentido de que: “bueno, ya que estamos liberados de no tener que contestar a lo que es, es muy fácil interpretar cualquier cosa y podemos decir lo que queramos, con cierto sentido, con cierta rigurosidad, y decir que eso será el conocimiento que hemos obtenido”.

Claro, aquí el límite de lo que sería un buen o mal conocimiento, obtenido a través de la interpretación, sería la *cercanía* que tiene con la realidad.

Hay interpretaciones bastante heterodoxas y hay interpretaciones bastante fieles a lo que está sucediendo. La importancia de tener cierta *fidelidad* en la interpretación es la posibilidad no sólo de *entender*, sino de *modificar* aquello que se entiende, y de poder arribar a nuevos conocimientos más profundos o más amplios de un primer conocimiento obtenido.

(5) *Ibid...* <http://correo.udlap.mx/~jpriante/paradigmas.html>

(6) *Ibid...* <http://correo.udlap.mx/~jpriante/paradigmas.html>

“Sin embargo, el paradigma hermenéutico implica una lógica muy distinta. La lógica ya no está en tratar de obtener el conocimiento objetivo, positivo o realista de los paradigmas anteriores, sino un conocimiento que le permita al investigador entender lo que está pasando con su objeto de estudio, a partir de dar una interpretación -ilustrada, por supuesto, o más o menos ilustrada- a aquello que se está estudiando”.(7)

La investigación cuantitativa -con excepción de las encuestas de opinión o de otras aplicaciones parecidas a éstas-, no ha logrado pasar de ese conocimiento predictivo. Y las encuestas de opinión, si bien se verifican, se pueden comprobar, no explican por qué los votantes votan de la forma en que votan.

Un buen encuestador de opinión pública puede predecir lo que va a suceder a través de una encuesta, pero no necesariamente a través de ese conocimiento puede dar una explicación de por qué pasa eso y no otra cosa.

Los interpretacioncitas ahí tienen un campo bastante importante: en base a ese conocimiento en el caso de las encuestas de opinión empezarán a tratar de encontrar elementos para vincular ese conocimiento con una *comprensión* mayor de la conducta social frente a las elecciones, o frente a la participación democrática ciudadana.

Y esto es lo que daría sentido, es decir; una *teorización mayor* que permita hacer una interpretación ilustrada; lo que daría sustancia al conocimiento obtenido quizá por otros paradigmas, pero trabajado dentro de una perspectiva de interpretación.

1.1.4. Paradigma Interaccionista

“El paradigma interaccionista busca la *interconexión de los elementos* que pueden estar influyendo en algo que resulte o suceda de determinada manera.

Aquí, al igual que en el paradigma hermenéutico, no importa arribar a un conocimiento objetivo: lo importante es ver qué elementos están *interconectados* con otros y están *interactuando* para producir algo. No importa si son todos los elementos o si son unos cuantos: lo importante es ver las *conexiones* entre unos y otros.

El trabajo del investigador, desde esta perspectiva, es asociar ciertos elementos para producir un conocimiento de ellos que antes estaba o se presentaba como disociado: se les conecta de alguna manera y se produce un conocimiento distinto”.(8)

Por ejemplo, qué pasa entre lo que piensa una madre de familia con respecto a la educación de sus hijos y la cantidad de horas que ven televisión en casa. Son dos elementos que están en sí, en realidad, desconectados.

(7) *Ibid.*... <http://www.correo.udlap.mx/~jpriante/paradigmas.html>

(8) *Ibid.*... <http://www.correo.udlap.mx/~jpriante/paradigmas.html>

Por un lado, todos tienen una filosofía educativa; la madre en particular tiene su filosofía educativa, formativa para sus hijos. Y, de pronto, la televisión entra a ser un elemento más que, quizá, sin darse cuenta, la madre entra a calificar y evaluar y que no se presenta en la realidad conectada.

El investigador tiene que preguntarse: ¿qué pasa si la TV está influyendo en la filosofía educativa de la madre?, ¿hay que indagar si existe alguna conexión entre este elemento y este otro? Se estudia la conexión y se produce un conocimiento que no existía, porque hay dos elementos que estaban disociados y en el momento de asociarse permiten ver un aspecto distinto de, por una parte, la educación materna y, por otra parte, el ver televisión en la familia.

Dentro de este último paradigma es donde están trabajando muchos investigadores actualmente con la relación medios-audiencia.

Los que trabajan con la ligazón de efectos o impactos de los distintos mensajes en determinadas audiencias, veían algo que estaba conectado en la realidad: un mensaje era recibido por un grupo de radioescuchas, de televidentes, o un texto escrito era leído por un grupo de lectores. Es decir, en la realidad había una conexión directa que no estaba provocada ni hecha por el investigador.

Asocian elementos, no porque se les antoje, sino porque el conocimiento acumulado en otros paradigmas permiten sospechar que hay una relación importante entre un elemento y otro, y lo que se quiere es verificarlo, en todo caso, empíricamente; pero producen ésta relación.

1.1.5 Ningún paradigma en sí mismo es mejor que otro.

Por otro lado no olvidemos reflexionar que ningún paradigma en sí mismo es mejor que otro es necesario aclarar que, en abstracto, no se puede decir que un paradigma es mejor que el otro, es decir, no se trata de ver que el último es el mejor y que el primero está superado o muy criticado. Permite un acercamiento para conocer aspectos de la realidad distintos, y conocerlos de diferentes maneras.

“Dependiendo del interés en qué es lo que se quiere conocer, por qué se lo quiere conocer, es que puede decidirse cómo conocerlo. En todo caso, esa decisión irá hacia -o conllevará- un paradigma en sus fases identificables con las decisiones que se toman en uno u otro sentido. Tampoco es una decisión gratuita: hay que dejar muy claro que ningún paradigma en sí mismo, o independientemente del objeto que se busca conocer, es mejor que otro. Los cuatro (el positivista, el realista, el hermenéutico y el interaccionista) ofrecen elementos importantes, tienen límites y tienen posibilidades”.⁽⁹⁾

⁽⁹⁾ *Ibid...* <http://www.correo.udlap.mx/~jpriante/paradigmas.html>

La tarea del investigador, en todo caso, es conocer los potenciales de cada paradigma, estar muy claro en sus preguntas de investigación y saber en cuál de ellos ubicarse para generar el conocimiento que quiere.

“El paradigma positivista es, a primera vista, el más antiguo. ¿Se puede afirmar que el resto de los paradigmas se desprenden de éste, pero con algunas variantes?

Hay un avance acumulativo en toda la generación de conocimiento. No se puede decir exactamente que en términos históricos el paradigma positivista sea el más viejo: tal vez el más viejo sea el hermenéutico: ha sido el más natural. El hombre tiende a interpretar lo que pasa de acuerdo a la experiencia acumulada anteriormente.

Sin embargo, en términos de producción de conocimiento teórico, conocimiento riguroso, hay un predominio variable en los tiempos modernos: primero del positivismo, después de la hermenéutica, luego del interaccionismo y finalmente del paradigma asociacionista. Hay una cronología en este orden: se podría decir que el último retoma cosas y utiliza conocimientos del primero. Sin embargo, son epistemologías muy diferentes, y en este marco no sería posible retomar cosas de otros paradigmas necesariamente para uno solo”.

(10)

1.1.6 *Los paradigmas como punto de partida*

También es necesario mencionar que la importancia de los paradigmas en la investigación cualitativa radica en permitir ubicarse con relación a los alcances y objetivos que se tienen para generar conocimientos a partir de proyectos específicos y la coherencia o concordancia de estos intereses que se buscan con las estrategias y premisas en las cuales se sustentan los planteamientos y los propios intereses.

“Habría que puntualizar que, de los cuatro grandes paradigmas, los dos primeros, el positivista -enfocado en predicciones- y el realista, implican un trabajo de *verificación de la realidad*: lo que buscan es darse cuenta de lo que sucede, de lo que está sucediendo en la realidad, de lo que se supone que existe. Hay una discusión de la filosofía de la ciencia de si los hechos están ahí afuera o si los hechos son el producto de lo que está ahí afuera, o de la percepción que se tiene de los hechos. Es un debate que no ha sido resuelto ni son intenciones de este tema solo daremos un panorama.

Los positivistas y los realistas dirían que existe algo *independientemente* del sujeto. En este caso, el papel del sujeto es ir a averiguar, dar cuenta de eso de una manera rigurosa a través de un método concreto, verificando que aquello que se predice, existe o no”. (11)

(10) *Ibid...* <http://www.correo.udlap.mx/~jpriante/paradigmas.html>

(11) *Ibid...* <http://www.correo.udlap.mx/~jpriante/paradigmas.html>

De allí que el esfuerzo investigativo en estos dos paradigmas no se pone para tratar de ir a verificar o dar cuenta de lo que existe. Es un esfuerzo que está enfocado a través del énfasis en la interpretación y en la asociación de elementos, que no necesariamente están asociados, y que por lo tanto podría decirse que no existen de esa manera en la realidad, sino que ellos provocan las asociaciones.

“Lo que se busca con asociar y con interpretar es llegar a una comprensión. Respecto a la comprensión se podrá decir: "bueno, acá también se trata de llegar a comprender qué es lo que pasa". en cierto sentido sí, pero la comprensión aquí tiene un sentido más de acuerdo a la filosofía alemana, que es un *entendimiento*, no sólo una comprensión: un entendimiento mucho más profundo de lo que sucede y también de la relación que el sujeto tiene con lo sucedido, con el acontecimiento”. (12)

Por supuesto que los cuatro paradigmas buscan generar un conocimiento que invita a conocer el mundo y aquellos objetos que interesan, pero profundizando en estas dos metas cognoscitivas: verificar lo que existe o comprender aquello que existe y de alguna manera *involucrarse* en aquello que se está conociendo.

Esto trataría de ser un conocimiento neutral, en el sentido de que no importa hasta dónde se ha involucrado el investigador: lo que importa es que tenga una técnica adecuada que permita observar y captar los acontecimientos de la realidad.

De algún modo, estos dos grandes esfuerzos cognoscitivos, verificar y comprender, están marcando la *diferencia* entre lo cuantitativo y lo cualitativo.

Al tratar de verificar, la manera más desarrollada en este esfuerzo de verificación de la realidad la ha propuesto la perspectiva cuantitativa, que ha tratado de hacerlo midiendo, observando o reproduciendo un conocimiento que permita comprobarse, es decir un conocimiento objetivamente verificable, medible y cuantificable.

En cambio, es muy difícil que la comprensión que tenga un autor ubicado en cualquiera de estos dos paradigmas (el hermenéutico y el interaccionista), a la que llega vía una interpretación o una asociación, sea exactamente verificable, medible ,cuantificable.

Por otro lado, debe ser compartida, pero no obligatoriamente verificable, y esto no implica que este conocimiento sea de menor calidad que el otro conocimiento producido a través de estos paradigmas.

Analicemos un poco con profundidad el proceso de cambio de paradigmas y para esto haremos referencia a el filosofo de la ciencia Thomas Khun que hace mención, los nuevos paradigmas son aceptados despacio si no sobre los cuerpos muertos, de quienes crecieron con los viejos. Ya que el fue uno de los que hablo sobre los paradigmas en contabilidad

(12) *Ibíd...* <http://www.correo.udlap.mx/~jpriante/paradigmas.html>

La palabra "paradigma" es famosa en estos días, pero los gerentes pueden equivocarse al apreciar el poder del concepto. La noción de "paradigma" y "cambio de paradigma" son las claves del cambio administrativo. Thomas Kuhn definió paradigma como; "la manera de ejecución científica reconocida universalmente que por tiempo provee los modelos de problemas y soluciones para la comunidad de profesionales" (13). Aunque Kuhn aplica el concepto al desarrollo de la ciencia, el concepto se aplica también a las organizaciones y a la administración.

Considere importante mencionar lo que dice el filósofo ya que nos sirve como antecedente para comprender mejor el concepto de paradigma aplicado a las organizaciones y a la administración, como punto de partida con respecto a nuestro objeto de estudio.

Para los gerentes, el paradigma consiste en realidades organizacionales (como los valores, las creencias prácticas tradicionales, métodos, instrumentos, etc.,) que los miembros de un grupo social construyen para integrar los pensamientos y las acciones de sus miembros.

Kuhn argumentaba que la ciencia no progresa a través de la acumulación de piezas, en donde el conocimiento y las técnicas aportan los fundamentos para elaboraciones posteriores. Esta aproximación puede producir una constelación de observaciones, hechos, leyes, teorías y métodos que pueden ser todos compatibles. De hecho, las verdades científicas recientes no son siempre contribuciones permanentes. Por ejemplo, la dinámica Aristotélica o la química logística son incompatibles con las visiones científicas actuales. De cualquier manera, las viejas visiones no son científicas simplemente por que han sido descartadas. Tampoco reflejan la idiosincrasia humana más que las visiones de ahora. Las visiones actuales son simples observaciones más validas o más verdaderas.

“Así como los progresos de la ciencia, los cambios van de un paradigma a otro. Lo mismo puede ser dicho de la administración. Por ejemplo: en La Maquina que cambio al Mundo , James Womack alude al cambio de la producción de manufactura a la producción en masa, y a un cambio más reciente de la producción en masa a la producción ligera. Otros cambios incluyen la línea de ensamble de Henry Ford y los estudios de tiempos y movimientos de Frederick Taylor y Frank Galbraith”. (14)

“A pesar de que los trabajos de Newton y Einstein usaron el método científico, sus percepciones del mundo y en consecuencia sus maneras de practicar la ciencia, difieren dramáticamente. Similarmente, los gerentes que defienden la producción en masa y aquellos que defienden la del sistema de producción ligera como lo hace Toyota piensan y actúan de manera diferente, sus diferentes prácticas, creencias, valores y suposiciones definen sus diferentes paradigmas”.(15)

(13) Kuhn Thomas; Las estructuras de la revolución científica, 1962. p.16

(14) <http://www-azc.uam.mx/publicaciones/gestión/num8/doc13.htm#n3a#n3a>.

(15) <http://www-azc.uam.mx/publicaciones/gestión/num8/doc13.htm#n4a#n4a>.

“Kuhn citó a muchos grandes científicos, desde Copérnico hasta Darwin y Maxwell, que tuvieron que luchar sin medida contra la resistencia de las mentes mediocres y fueron y fueron reconocidos más tarde.

Max Plank lo expresó con las palabras más conocidas sobre el tema: "Una nueva verdad científica no triunfa por convencimiento de sus oponentes, haciéndoles ver la luz, sino mas bien porque sus oponentes eventualmente mueren y una nueva generación crece con la familiaridad de ella.

Pero ¿porque existen los oponentes en primer lugar?.

Kuhn lo explica de manera sorprendentemente simple: Un nuevo paradigma o nueva visión tiene oponentes primordialmente porque los datos que la soportan no son persuasivos.

Y ese es el punto: mientras los científicos y tecnócratas exhibirán su parte de pequeñez inercial, el rechazo de un potencial nuevo paradigma por parte de los expertos relevantes es inevitable debido al escepticismo institucionalizado, sin el cual la ciencia no lograría funcionar como medio para hallar conocimiento confiable.

Por lo tanto podemos decir que, un nuevo paradigma es muy probable que atraiga oponentes. Muchos expertos se opondrán entonces surge una mente aferrada a los antiguos puntos de vista, a pesar de lo que Khun, la prensa, los acosados científicos o inventores puedan decir en contrario”.⁽¹⁶⁾

Empero la realidad es que un escepticismo vigoroso apuntado a un nuevo paradigma potencial, suele significar una de dos cosas y usualmente ambas: primero, que una espectacular revolución o un nuevo paradigma maravilloso es en verdad demasiado bueno para ser cierto y segundo que las razones para ser escéptico son realmente muy buenas. Si la evidencia que soporta el nuevo paradigma alcanza un peso suficiente, entonces el escepticismo se diluirá.

Entonces consideremos que cuanto más permanece el escepticismo más probable es que el nuevo paradigma sea una ilusión y eventualmente se evapore en la dura luz de la realidad. Si usted apostó a su favor a pesar del escepticismo entonces tendrá que asumir las pruebas.

Por lo tanto considere relevante siguiente punto:

1.1.7. Algunas razones importantes por las cuales se cree que se rechazan los paradigmas.

No sabemos pensar y el problema es que pensar es una técnica operativa en la cual no fuimos formados ya que la ejecución del pensamiento lo hacemos mediante la aplicación.

⁽¹⁶⁾ <http://www.prensalibre.com/pl/2004/enero/24/79489.html>

De herramientas que hemos desarrollado por la obligación a estudiar para aprobar nuestros estudios de primaria, bachillerato y universidad. Creemos que lo hacemos bien, pero en realidad no y para eso se hará referencia a "Edward de Bono, el define una serie de herramientas que nos permiten sistematizar nuestro pensamiento, a ser hábiles en obtener soluciones. Algunas de estas herramientas son:

- 1) Positivo
- 2) Negativo
- 3) Interesante

Esto significa a deliberar en una situación específica los aspectos a favor y en contra, y los puntos e interés.

- 1) Alternativas
- 2) Posibilidades
- 3) Elecciones

Es explorar alternativas que puedan dar respuesta adecuada a los problemas que enfrentamos". (17)

- 1) Considerar todos los factores: Esta práctica considera analizar todos los factores que son importantes; valorar en una situación dada es útil para seleccionar, decidir o planificar.
- 2) Las consecuencias y secuelas: es pensar en lo que sucederá después de tomar una decisión.
- 3) Información interna e externa: es el estudio deliberado de los que ya tenemos y lo que todavía nos falta tener.
- 4) Examinar ambos aspectos se refiere a indagar cuál es realmente el punto de vista del otro, no solo en la medida en que se expresa durante una discusión, sino partiendo del terreno que hay detrás.
- 5) Acuerdos, desacuerdos e irrelevancia: es la atención no hacia la estupidez de las personas, sino hacia las circunstancias en las que su comportamiento es lógico.

(17) <http://www.prensalibre.com/pl/2004/enero/24/79489.html>

1.2 Ante los nuevos escenarios que enfrenta el contador público y los paradigmas en negocios.

No hay la menor duda de que los escenarios económicos y de negocios que se han presentado en lo que va de la actual década de los 90, representan sólo un preámbulo de lo que serán en el primer decenio del próximo siglo XXI. Ciertamente son escenarios multicambiantes, de profundas crisis, pero también de brillantes oportunidades, cuyos cambios están penetrando en la esencia de las organizaciones.

“Al respecto menciona Peter F. Drucker, las transformaciones actuales no son como las transiciones y cambios que las empresas han llevado a cabo tradicionalmente. Esta alteración no está sobre la superficie de las cosas; va a la esencia de nuestra vida y de las instituciones. La combinación de turbulencia que estamos viviendo ahora en valores, comercio, orden económico, tecnología, política y estructuras sociales- requiere que los negocios repasen sus supuestos básicos su misión y procedimientos, “desde la forma como construyen fábricas hasta la forma como contestan el teléfono”.

“Nicolás Imparato, y consideremos que lo efímero, inestable y discontinuo son factores que modifican las necesidades, hábitos y expectativas de la gente, por tanto, deben tenerse presentes para producir tecnología, diseñar otros productos, crear nuevos mercados y dar más valor al cliente. Tales fenómenos, desde luego que contribuyen a elevar los niveles de competencia y, por tanto, hacen más difícil el diseño e implementación de los esquemas estratégicos y en general, el desempeño de la gerencia.

En esos escenarios hipercompetitivos y de continuas transformaciones, los hombres de negocios, gerentes y profesionales relacionados con la gerencia, como es el contador público se ven obligados a revisar e incluso, reinventar sus supuestos, principios e instrumentos utilizados en su desempeño profesional, con relación a las organizaciones en que participan. Tal parece que debemos retomar ese viejo aforismo de renovarse o morir”.

(18)

En ese mismo marco económico y de negocios identificamos variadas tendencias como son las tecnológicas en sus múltiples aplicaciones; económicas, con sus diferentes parámetros, sociales, sobre transformaciones en los gustos, hábitos de compra y expectativas de la gente; entre otras muchas. Dichas tendencias, al proyectarse el horizonte del tiempo, nos hace pensar que la complejidad, turbulencia e hipercompetencia de los actuales escenarios económicos y de negocios, tienden a elevarse en forma por demás acelerada.

Al respecto se mencionan nuevas realidades que se pueden derivar de un principio para competir, lo importante es sobrevivir y así participar en los actuales y futuros escenarios económicos de los negocios.

(18) *Página web; <http://www.geocities.com/gehg48/CPdir1.html>*

Y el éxito de las organizaciones logro de sus objetivos que finalmente se manifiesta por la creación de riqueza, estará dependiendo por la forma como la alta dirección responda oportuna y eficazmente a las demandas de los clientes, a las estrategias y acciones de la competencia y a los fenómenos del entorno en general, siendo de esta manera el primer principio que se identifica la participación del contador publico la participación y proyección del C.P. particularmente como asesor de negocios se podría impulsar a partir de los puntos siguientes:

- 1) “Los fenómenos tendencias del entorno tienen impacto directo en las organizaciones, y con ello, en su estructura, procesos, sistemas, desempeño de la gente, estrategias y otros aspectos, por lo cual tienen que transformarse acorde a aquellos cambios.
- 2) La alta dirección es la responsable directa de responder a los cambios de entorno, debiendo emprender los correspondientes cambios internos. Para cumplir este cometido, la alta dirección requiere de información e instrumentos de apoyo, acorde a sus necesidades.
- 3) El contador publico debe responder con su desempeño profesional, así como con nuevos instrumentos y prácticas propias, a las nuevas necesidades de la alta dirección”.(19)

Al lo anterior el contador público para actuar como asesor de negocios siempre debe estar atento y dar seguimiento a los fenómenos y tendencias del entorno que directamente impactan a las organizaciones y en la gerencia para participar en los cambios así proporcionar información, servicios, practicas e instrumentos que satisfagan las necesidades cambiantes de la alta dirección.

Al respecto de porque han cambiado los negocios hago mención a Samuel Alberto Mantilla que dice : “Es obvio que los negocios cambiaron. Las características básicas de los negocios actuales son el ser múltiples (variados), veloces y complejos (ya no son entre un deudor y un acreedor). En términos económicos, de estar centrados en el intercambio (comercio) o en la producción (industria), hoy giran alrededor de la generación y agregación de valor (servicios, información, conocimiento).

Que se han dejado por fuera de ello problemas relacionados con análisis financiero, costeo, valuación de negocios, medición del desempeño, que son problemas interdisciplinarios. Para tristeza de muchos, los paradigmas de la contabilidad tradicional se vinieron a suelo, de manera especial aquellos que giraban alrededor de la teneduría de libros de carácter manual.

Hoy la tecnología de la información ha abierto campos insospechados para el registro mismo, para la agregación/desagregación de información para la generación de múltiples reportes financieros e incluso ha llegado al corazón mismo del registro la partida doble”.(20)

(19) *Ibid.* Página web; <http://www.geocities.com/gehg48/CPdir1.html>

(20) *Samuel Alberto Mantilla B; Capital intelectual y contabilidad del conocimiento, p.8-10*

Por lo tanto el contador público está enfrentando nuevos retos en el mundo de los negocios, finanzas, consultoría y otros más, sin dejar de reconocer el compromiso social de contribuir a la formación de los futuros profesionistas y de su gremio. Por tal motivo, requiere de una mayor preparación y profesionalización para poder hacer frente a los retos y cumplir con su compromiso social. En este nuevo milenio el contador público deberá tener elementos de formación elementales en contaduría basados en su educación acorde con las respuesta de los cambios y las tendencias mundiales actuales, en la investigación para estar a la vanguardia de los avances tecnológicos en los sistemas de información y la electrónica, así como buscar actitudes positivas de quienes están al frente de los negocios de los diferentes sectores como son el económico, político y social.

Para poder definir el perfil del profesionista en contaduría pública, es conveniente señalar cuál es la principal problemática a la que deberán enfrentarse, por lo menos en el primer decenio del siglo XXI:

- 1) La globalización de los mercados, donde el comportamiento económico se uniforma
- 2) Surge la competitividad como elemento clave, consecuencia de la globalización
- 3) La investigación y desarrollo son el motor de la competitividad a largo plazo
- 4) La intervención del factor humano es fundamental en la calidad del producto
- 5) La oportunidad en la información, también como base de la competitividad
- 6) Las empresas se reorganizan, fusionándose o asociándose con otras de otros continentes, cambiando su manera de operar
- 7) El crecimiento explosivo de las comunicaciones
- 8) Se desarrollan sistemas que toman decisiones autónomas, que sustituyen cada vez más a la mente humana.

El contador público, para hacer frente a estos retos, deberá contar con una educación que le permita:

- 1) Conocer el entorno internacional desde el punto de vista, cultural, social y económico.
- 2) Participar en un entorno globalizado, significando estar en un plan competitivo
- 3) Entender los negocios internacionales para lograr convenios favorables e incluso alianzas con empresas nacionales o de otros países.
- 4) Especializarse conforme a las necesidades actuales y futuras
- 5) Realizar un uso eficiente de los sistemas informáticos
- 6) Tener valores éticos que le permitan tomar decisiones moralmente correctas
- 7) Apertura mental para entender diferentes contextos, pero con principios
- 8) Capacidad para asimilar, dominar y generar el cambio en un entorno nacional e internacional.
- 9) Ser propositivo, más que reactivo
- 10) Estar abierto al cambio, ser flexible y dispuesto a enfrentar presiones constantes y nuevas.
- 11) Ser tolerante y propenso al riesgo
- 12) Resolver problemas y tomar decisiones con base en nuevas herramientas y técnicas.

(21) Esta parte esta fundamentado en el libro de, La nueva economía y el capital intelectual; Instituto Mexicano de contadores públicos A.C.p 187-190

1.2.1 De una economía de la Industria a una economía del conocimiento.

Por lo que Mantilla B. Samuel en su libro considera importante antes de introducirnos en este punto lo siguiente: “ Que quede claro que la contabilidad está desembocando hacia un nuevo paradigma: de la contabilidad de intercambio (comercio) y la contabilidad de producción (industria) se pasa ahora a la contabilidad del servicio (producción, intercambio y agregación de valor).

Sin lugar a dudas ello es consecuencia de los cambios globales originados en las comunicaciones y en la electrónica que han llevado a una nueva manera de hacer negocios y a estilos diferentes de manejo organizacional.

La nueva centuria implica cambios de fondo, que ya se están dando, en la contabilidad como tal. El más importante de todos radica en cambiar el énfasis en el registro por un énfasis en la medición de valor. Ahí se encuentra la contabilidad del conocimiento, como respuesta a los desafíos derivados de los activos intangibles y demás realidades de los negocios modernos”. (22)

Cambios de una economía industrial a una de conocimiento globalización económica y de mercado, uso intensivo de la tecnología de la información, clientes mejor informados y con nuevos hábitos de compra, formulación de estrategias, centradas en el cliente, la innovación como factor competitivo básico fuerzas de la pequeña y mediana empresa, desarrollo de organizaciones inteligentes.

Continuando con lo anterior señalare brevemente la tendencia, cambio de una economía industrial a una economía del conocimiento. “La creación de riqueza sustentada en la industria tradicional -transformación de recursos naturales- ha pasado a una basada en el conocimiento, ya que éste se convierte en el recurso vital para crear riqueza. Es así como la economía del conocimiento obliga a las empresas a ser intensivas en este recurso, que lo desarrollen y lo apliquen en sus procesos, productos y, en general, para crear valor y competir”. (23)

La economía del conocimiento ha dejado ver que la posesión de grandes recursos naturales o materias primas por parte de los países, ya no proporcionan ventajas estratégicas, sino mas bien estas son productos de calidad de su sistema educativo, su investigación y desarrollo, el intelecto de su gente, en general de su capacidad para generar innovación. Ahí están los ejemplos de Japón, Corea del Sur, Taiwán, Singapur, entre otros.

Es evidente que la nueva economía del conocimiento ofrece oportunidades tanto para crear nuevos productos y negocios, como para dar más valor a los productos y negocios maduros, con ello, crear nuevos mercados y clientes. Todo ello implica cambios en la organización, en la gerencia y en las necesidades de esta para desarrollar, tratar y validar al elemento humano como el verdadero generador de conocimiento, es decir, del recurso estratégico de la nueva economía de conocimiento.

(22) *Ibid.* Samuel Alberto Mantilla B p.20, 21

(23) *Ibid.* pág. Pagina web [http:// www.Cpdir1.htm](http://www.Cpdir1.htm)

Sin embargo es importante mencionar que en la era industrial, el recurso estratégico es el capital monetario, y en la era nueva era de la información el recurso clave está cambiando al conocimiento y a la creatividad, lo cual significa un nuevo enfoque hacia el capital humano.

“Pero este factor humano también necesita asumir un nuevo rol, pensar y actuar como hombres y mujeres del siglo XXI; como verdaderos arquitectos y constructores de un nuevo mundo.

Por lo tanto también la naturaleza misma de los negocios cambiara como consecuencia del entorno mundial y nacional. Conceptos como competitividad, servicio, calidad, responsabilidad, alianzas, estrategias, desarrollo de talento, tecnología de información forman parte del nuevo ambiente de negocios. Por esto los nuevos desafíos están retando a las organizaciones a un verdadero cambio de paradigma. Así el conocimiento se está volviendo un verdadero capital en las empresas”. (24)

“El uso intensivo de la tecnología de la información, las telecomunicaciones, la televisión, los macrosistemas de información como el Internet y las numerosas aplicaciones de esta tecnología han proporcionado la interdependencia instantánea de organizaciones y personas, así como facilitado el acceso directo a productos, servicios y bases de datos en el ámbito mundial. De hecho, las empresas están en proceso de competir en dos mundos en el tradicional que es de recursos tangibles y en el virtual, que es el de la tecnología de la información.

La tecnología de la información que ya configura una era digital, está redimensionando las estructuras tradicionales de organización para reducirlas en sus niveles jerárquicos, facilitar el trabajo de equipo y difundir altos volúmenes de información y conocimiento. Por otra parte, se ha entrado a la creación plena de organizaciones virtuales que integran al personal, proveedores, cliente, público en general, entre otros participantes que, a su vez, **permiten desarrollar mercados amplios, establecer alianzas, crear mayor valor e idear novedosos conceptos para competir**”.(25)

Es indudable que en el futuro, la única limitante para crear valor y riqueza, así como para lograr ventajas competitivas mediante la tecnología digital, estarán tan solo limitadas por la imaginación del elemento humano en cada organización. Confirmamos que el microchip está impulsado a la economía de la información y el conocimiento en forma tan poderosa, que como lo hizo el motor de combustión en la economía industrial.

Por lo cual ahora mencionaremos un poco sobre la contabilidad del conocimiento, aspecto importantísimo en el desarrollo del trabajo.

La contabilidad del conocimiento surge como respuesta a las problemáticas derivadas de la administración del capital intelectual (administración del conocimiento).

(24) *Nuevos horizontes para la contaduría pública, hacia el siglo XXI; IMCP.p.63*

(25) *Ibid.pág. web <http://www.Cpdir1.htm>*

Si bien existen diversas maneras de entender esto, hay consensos en relación con las tres grandes etapas del desarrollo de la humanidad: agrícola, industrial, conocimiento. Esta última etapa en los momentos iniciales fue denominada informática pero los desarrollos recientes han conducido a dar mayor importancia al conocimiento (capital humano).

Lo que está claro es que el momento actual, de fines de siglo, es de transición: abandono de la edad industrial e introducción en la del conocimiento implicando, por una parte, crisis en todos los órdenes, y por otra, el imperativo de re-elaborar las reglas y las prácticas que condujeron la actividad económica en el siglo veinte.

Los pilares de la vieja actividad económica (tierra, capital y trabajo) cedieron ante el advenimiento de las compañías de alta tecnología, como son las de software, servicios y biotecnología. Por lo tanto, las estructuras contables tradicionales (activos físicos, mano de obra, materiales) se volvieron obsoletas y se convirtió en imperativo medir y valorar contablemente activos intangibles tales como conocimiento, las marcas y las patentes.

No ha sido camino fácil transitar pero sí está seguro que esa es la dirección. Las asociaciones contables, las agencias internacionales y los líderes mundiales de manera creciente han ido reconociendo al conocimiento como un factor crucial de la producción.

Se reconoce que el proceso hacia una economía del conocimiento está siendo direccionado por las siguientes fuerzas:

- 1) Globalización (especialmente de productos y mercados)
- 2) Intensificación de la información y el conocimiento (trabajar con la cabeza reemplaza el trabajar con la manos)
- 3) Trabajo en red y conectividad

La diferencias en relación con la antigua economía industrial saltan a la vista. La economía del conocimiento se caracteriza por:

- 1) Abundancia. En contraste con la escasez y el agotamiento que caracterizaron la industrialización. La información y el conocimiento crecen mediante su aplicación.
- 2) Des-ubicación. Con el uso de tecnología y métodos apropiados, no se requieren ubicaciones físicas dedicadas. Lo virtual es una realidad que puede operar ágil y simultáneamente rompiendo las barreras de la ubicación.
- 3) Comparabilidad. Los productos o servicios que incorporan conocimiento útil tiene más demanda y generan mayor rentabilidad que aquellos carentes de o con bajo contenido del mismo.
- 4) Contextualidad. Los precios y la valoración dependen fuertemente del contexto, dado que la misma información o el mismo conocimiento pueden generar diferente valor, para diferentes gentes en tiempos diferentes.
- 5) Competencia humana. El capital humano constituye el componente clave de la generación de valor en las compañías basadas en conocimiento.

(26) Esta parte se encuentra fundamentado en la primer parte del libro de Samuel Alberto Mantilla B; Capital intelectual y contabilidad del conocimiento

Stanley M. Davis comenta en su artículo publicado en Internet www.Cpdir1.htm, las nuevas tendencias de lo cual describe como sigue:

Es importante referenciar que los clientes bien informados y con nuevos hábitos de compra, aquí entra un factor influyente como TV ha contribuido a cultivar en la gente ciertos estilos de vida que han modificado sus patrones y hábitos tradicionales de compra. Ahora los clientes son más individualistas y están dispuestos a mantener lealtad a una marca, cuando saben que pueden adquirir productos de similar o mayor valor a un menor precio. Los cambiantes gustos, necesidades y expectativas de los clientes propician productos y mercados efímeros, inestables e inciertos, además de que elevan la presión competitiva entre las empresas.

“El tiempo como recurso básico. La inestabilidad de los escenarios, la turbulencia de los eventos del ambiente y la velocidad para responder a los mismos, han modificado el concepto tradicional del tiempo. En efecto, la idea que privaba en ambientes relativamente estables de esperar el futuro, y que consideraban al tiempo como una limitante, se ha modificado a una idea de avanzar y encontrar el futuro, utilizándolo como un recurso limitado que es clave para sobrevivir, competir y crear valor. Esta tendencia obliga a que las empresas eleven sensiblemente su velocidad - como si fueran organizaciones a tiempo real - para anticipar y responder a los clientes, a la competencia y en general a los fenómenos del entorno. La consecuencia lógica es manejar el tiempo con el cuidado con que se maneja el dinero y tratarlo como un recurso por demás estratégico.

De mercados de vendedores a mercados de compradores. Durante la economía de la industria tradicional, los mercados eran de vendedores, por lo que las empresas imponían condiciones al cliente o consumidor”. (27)

Ahora los mercados están dominados por los compradores, por lo que las empresas compiten para conquistar clientes, quienes ya no son vistos como simples consumidores de determinado producto, sino como electores con poder de compra. Esto ha propiciado que la competencia se extienda, es decir, que no sólo se da entre empresas que ofrecen productos similares, sino también entre aquellas que tienen productos totalmente diferentes, puesto que la cuestión es competir por tener el dinero que tiene ese cliente-electoral con poder de compra.

A cambio de proporcionarle un valor, más que un producto por el producto mismo. “Formulación de estrategias centradas en el cliente. Como resultado de la tendencia anterior, así como por la tendencia de los clientes a seguir estilos de vida y conocer más sus diferentes opciones de compra, la orientación en la formulación de estrategias, tradicionalmente dirigidas hacia la competencia, ha pasado a orientarlas directamente hacia el cliente para influir en sus percepciones mediante el valor que se le presenta.

(27) *Ibid.* Página web; <http://www.geocities.com/gehg48/CPdir1.html>

El precio de un producto, su calidad, atributos funcionales, conveniencia para quien lo utiliza, confiabilidad, servicio y apoyos proporcionados por quien lo ofrece, son recibidos y percibidos como una totalidad, que representa un concepto de valor. Por tanto, la proposición de valor se convierte en el factor decisivo para conquistar y desarrollar clientes satisfechos y, por consiguiente, para formular estrategias competitivas". (28)

Para continuar con la importancia que es esta tendencia como innovación en una alta competitividad hago referencia a lo que menciona el autor Tom Peters:

Menciona que la innovación como factor competitivo básico. **“Los precios, la calidad del producto y la calidad del servicio han sido los factores competitivos básicos, sin embargo, estos dos últimos están pasando a ser parte inmanente de los productos y elementos mínimos para participar en un mercado. En cambio, la innovación se convierte en el factor competitivo básico porque es la fuente real para crear valor, productos, procesos, mejoras e ideas, en general, que finalmente lleve a nuevos negocios y ventajas competitivas. Tengamos presente que la innovación es la constante investigación para producir ideas y con ellas desarrollar nuevas formas de crear valor rápido, diferente, mejor y más barato. Esto explica que la divisa para competir es y será innovar contra el tiempo, en forma continua, como una forma de vida organizacional. Fuerza de la pequeña y mediana empresa. La alta competencia en mercados dominados por compradores, cuyas necesidades son cambiantes, está fortaleciendo a la pequeña y mediana empresa "emprendedora". particularmente cuando la naturaleza del negocio requiere de una organización centrada en cliente flexible, adaptativa y de alta velocidad de respuesta”.** (29)

Es evidente que en la empresa pequeña o mediana se facilita hacer realidad esos atributos de flexibilidad, adaptabilidad y de alta velocidad de respuesta, siempre y cuando se integren con personal emprendedor e intensivo en conocimientos. Por ello, las grandes empresas se están fraccionando en "pequeñas empresas", mediante la creación de unidades estratégicas de negocios ágiles, flexibles y adaptativas, que respondan a mercados específicos, con productos que proporcionen y superen el valor y servicio demandado por los clientes.

(28) *Ibid.* Página web; <http://www.geocities.com/gehg48/CPdir1.html>

(29) *Ibid.* pág. web <http://www.Cpdir1.htm>

Desarrollo de organizaciones Inteligentes. “Los rígidos modelos de organización piramidal, funcional y burocrática definitivamente que ya no responden a las realidades actuales, que requieren estructuras orgánicas intensivas en conocimientos generadoras de innovaciones y con alta velocidad de respuesta. Son modelos cuyo recurso más valioso es el humano pensante. Partiendo de que las tareas tradicionalmente manuales y repetitivas son para las máquinas, mientras que la gente está para pensar. Crear, dar soluciones y tomar decisiones. Para responder a ese fenómeno, surge el modelo de organización inteligente, caracterizada porque su personal es intensivo en conocimientos, se mantiene en proceso continuo de aprendizaje, y se desempeña cerca de la línea de acción y del cliente, aplicando su intelecto en solucionar problemas, generar Innovaciones, identificar oportunidades y, en general, actuar como un permanente agente de cambio que identifique y responda a los fenómenos del entorno y demandas del cliente, mercados y competencia.

Es explicable, que hacia el futuro, se estará demandando y creando una mayor proporción de posiciones cerebrales, mientras que las máquinas absorberán las actividades manuales y rutinarias”.

(30)

Las tendencias comentadas anteriormente, desde luego que son sólo enunciativas, aunque lo suficientemente objetivas para explicar su efecto como creadoras de un escenario globalizado, ultra cambiante e hipercompetitivo. Son tendencias que examinadas a través del tiempo, hacen suponer que hacia el futuro, el número de cambios estará aumentando año tras año, quinquenio tras quinquenio y década tras década. De esta manera podemos prever que el ritmo de los cambios en los escenarios de negocios, estará Incrementándose exponencialmente y, por tanto, sus niveles de turbulencia serán también cada vez más elevados. Una realidad que los hombres de negocios, gerentes y los profesionales de la contaduría pública deben tomar como premisa básica para desempeñar papeles protagónicos y no la de simples espectadores.

La turbulencia y el cambio no van a disminuir en ninguna forma, sino que probablemente van a ser más pronunciados. Una buena noticia es que si bien no podemos disminuir la velocidad de los fenómenos externos, en cambio. Hay mucho que hacer para acelerar a nuestras empresas a que mantengan el ritmo del cambio externo

La reflexión a que llego, es que ante los constantes cambios, todos los responsables de la organización siempre deben enfrentar, cualquier problema de un negocios con la ayuda de su inteligencia, creatividad, innovación y sobre todo con la información necesaria que sirva como herramienta esencial dentro de una competencia globalizada.

(30) *Ibid.* Página web; <http://www.geocities.com/gehg48/CPdir1.html>

1.3. La nueva visión del contador público en el conocimiento, innovación y velocidad

“El éxito de las organizaciones que es finalmente crear riqueza, estará dependiendo de la forma como la alta dirección responda oportuna y eficazmente a las demandas de los clientes, a las estrategias y acciones de la competencia ya los fenómenos del entorno en general.

Considerando que se vive una economía del conocimiento, así como por las diferentes tendencias que están impactando a las organizaciones, podemos derivar otra idea relacionada con el desempeño de la gerencia, y que el contador público debe tener presente.

El principio en cuestión quedaría enunciado como sigue: La respuesta de los gerentes y de las empresas a los fenómenos y tendencias que se producen en los escenarios en que participan, deben estar sustentadas en el manejo de la información, la aplicación de conocimiento, el tratamiento de la innovación y la velocidad de respuesta.

En este principio resaltan ciertos aspectos que son fundamentales para hacer negocios, competir, diseñar procesos, desarrollar productos, y en general, para dirigir. Dichos aspectos se refieren a la aplicación de conocimientos, a la generación de innovaciones y a la velocidad de respuesta. En consecuencia, estos aspectos también deben sustentar el desempeño profesional del contador público, así como de los instrumentos de apoyo que proporcione a la alta dirección. Conforme la economía se dirige a un nuevo orden movido por el conocimiento y la información, la mejor forma para agregar valor será haciendo productos y servicios más intensivos en conocimientos”. (31)

Por lo tanto hablemos ahora de la administración del conocimiento un imperativo para las organizaciones, ya que es común afirmar que aquellos pueblos ignorantes de su historia están condenados a cometer los mismos errores a costos más elevados. Empero, ¿qué pasa dentro de nuestras organizaciones? ¿Aprendemos de nuestra experiencia o caemos más de una vez en los mismos errores y tratamos de descubrir el hilo negro cada vez que nos enfrentamos a una situación difícil? Para nadie es un secreto que el conocimiento y la manera en que se administra puede convertirse en el factor más importante para trascender dentro de nuestro entorno. Significa poner al servicio de una organización, cualquiera que ésta sea, la experiencia, las mejores prácticas y los conocimientos de los individuos que la conforman.

“No obstante, pese a que el término de Gestión o Administración del Conocimiento (Knowledge Management) es cada vez más común entre quienes dirigen nuestras organizaciones, pocas son las experiencias que conocemos de empresas en México que estén haciendo algo por adoptar esta práctica.

¿Entonces qué es lo que sucede? La verdad, como en muchos otros casos, es que existe una inercia difícil de vencer, sobre todo si consideramos que por muchos años las organizaciones han evolucionado sin una orientación hacia la generación, distribución, adaptación y rehusó del conocimiento”. (32)

(31) *Ibid.* pág. web. <http://www.CPdir1.htm>

(32) <http://www.chein.com.mx/newesletter/febrero.htm#1>

“Se sigue subestimando la importancia de invertir en intangibles tales como el conocimiento, la creatividad, la planeación y el diseño de estrategias, sin considerar que en la economía de hoy tienen un valor muy superior que todo aquello que es tangible. Resulta muy complejo cambiar la manera de pensar de los empresarios de tal forma que pusieran el mismo empeño en proteger sus activos intangibles, tal como lo hacen con los ladrillos y el hardware. Con una visión muy estrecha pierden de vista los altos costos en que se incurren cada vez que un empleado se va. ¿Cuánto cuesta recuperar lo aprendido por quien se fue? ¿Cómo garantizar que el aprendizaje y conocimientos adquiridos dentro de la compañía por esa persona se constituya como un activo de la organización? Hay que considerar que ningún programa de capacitación puede transferir la experiencia que sólo la inmersión en el trabajo real le dará al individuo.

Conforme una organización crece, los costos de no utilizar como referencia experiencias anteriores se multiplican ¿Alguna vez alguien ha analizado cuanto le ha costado a nuestro país que entre las diferentes dependencias gubernamentales no se comparta el conocimiento? ¿Que en cada cambio de administración, se trate de una federal, estatal, municipal o de cualquier dependencia se pretenda reinventar todo y se cometan los mismos errores?

En el caso de las empresas de consultoría, donde el conocimiento es el centro del negocio y el capital intelectual resulta crítico, menos se explica que no existan mecanismos formales para transmitir y administrar el conocimiento. Dentro de esta industria la diferencia estriba en que la principal fuente de conocimiento son los clientes, por esta misma razón estos últimos esperan beneficiarse de la experiencia de las firmas consultoras con otros clientes y tener acceso al conocimiento que de esta relación surge. Para los clientes que buscan apoyo en empresas de consultoría ya no basta el que estas tengan trabajando a sus consultores en una gran cantidad de empresas, lo importante es convencerlos de que la firma consultora cuenta con capacidad de sintetizar esta experiencia en su beneficio. Se antoja difícil para las empresas de consultoría nacionales que puedan sobrevivir sin una práctica de gestión del conocimiento, dentro de un entorno globalizado donde los grandes corporativos de consultoría invierten fuertes cantidades en la construcción de sistemas de administración del conocimiento, gestionados por ejecutivos del conocimiento “Chief Knowledge Officer” (CKO) y donde concurren cientos de profesionistas en los denominados centros del conocimiento (“Knowledge Centers”).

Pero cuando hablamos de Administración del Conocimiento no nos referimos a una herramienta tecnológica, pues tampoco es un término que surge necesariamente con estas soluciones. Si bien es cierto que con las telecomunicaciones y bases de datos relacionales adquiere fuerza, el concepto no es nuevo: siempre han existido mecanismos a partir de los cuales las diferentes corporaciones acumulan su experiencia y la integran con fuentes externas. La administración del conocimiento se refiere a la infraestructura requerida por una organización para llevar a la práctica la gestión del conocimiento. Normalmente considera, aunque no es lo más importante, una buena infraestructura de cómputo, telecomunicaciones, base de datos y una herramienta para su administración”. (33)

(33) *Ibid.* <http://www.chein.com.mx/newesletter/febrero.htm#1>. Artículo de estrategia y tecnología de información.

“También implica un cambio en la cultura organizacional, incentivos para quienes contribuyan a su fortalecimiento, equipos de trabajo involucrados con los procesos de aprendizaje, producción y distribución del conocimiento y reglas claras para controlar los antes mencionados. De hecho, es en los aspectos no tecnológicos donde generalmente tropiezan los esfuerzos, ya que si no existe un ambiente que promueva el conocimiento como un valor para la compañía el resultado lógico será el fracaso”.(34)

“Conocimientos. Hace hincapié en que este aspecto es un recurso estratégico fundamental para crear valor y riqueza económica, mismo que tiene como insumo principal la información. Esto obliga a que a nivel organizacional, profesional y personal deben desarrollarse y aplicarse conocimientos, lo cual lleva a que en esos mismos niveles se entre a un proceso de aprendizaje continuo. Ahora, todos estamos en el vértice de cambios económicos, demográficos y culturales. ¿Vamos a negarlo, a resistirlo o vamos a aceptar el hecho de que nosotros también debemos cambiar? Nuestra mente debe adaptarse a nuestro medio ambiente cambiante.

A lo anterior dice el autor Jennifer James que la innovación este factor es resultante tanto de manejar información sobre los fenómenos del entorno, mercados, clientes, económicos, sociales, tecnológicos que impactan a las organizaciones, como de la aplicación de conocimientos para producir innovaciones prácticas que desarrollen tecnología, solucionen problemas, satisfagan necesidades, creen valor y logren ventajas competitivas. Sin embargo, para desarrollar la innovación, se requiere que tanto a nivel organizacional como personal se cultive y practique permanentemente la creatividad, puesto que esta capacidad es la productora real de ideas, que son el insumo directo para desarrollar innovaciones.

Velocidad. La rapidez con que se producen los diferentes fenómenos de cambio que impactan a las organizaciones y a la gerencia, obligan a esas a elevar continuamente la velocidad en la creación de conocimientos y en la generación de innovaciones, así como para implementar y dar respuesta a los propios cambios. Por tanto, las empresas deberán mantener una capacidad de respuesta congruente con la velocidad con que surgen los cambios en el entorno de los negocios. Con esta finalidad, la gerencia y quienes estén vinculados a ella, deben mantener un seguimiento continuo manejo de información - de las tendencias y fenómenos más significativos con relación a la empresa, en la cual se actúa. Esta información es también base para tomar decisiones efectivas y oportunas, dirigidas a aprovechar oportunidades de negocios y crear ventajas competitivas. No olvidemos que las ventajas competitivas en los nuevos escenarios económicos y de negocios, se crean manejando información, aprendiendo nuevas cosas aplicando conocimiento con mayor velocidad”.(35)

(34) *Ibid.* <http://www.chein.com.mx/newesletter/febrero.htm#1>. Artículo de estrategia y tecnología de información.

(35) *Ibid.* pág. web. [Http.www.CPdir1.htm](http://www.CPdir1.htm)

Manejo de información. La información conforme el esquema que estamos comentando representa un insumo para cada uno de los factores anteriores, es decir, es el ingrediente vital para desarrollar conocimientos, producir innovaciones y responder con velocidad. Sin embargo, para crear valor y riqueza, así como ventajas estratégicas, no solo se requiere de buena materia prima – información- sino también tener la infraestructura apropiada que funcione su tratamiento y manejo, es decir, una empresa debe contar con sistemas de información adecuados, aplicando la tecnología correspondiente.

Desde la particular óptica de la contaduría pública debemos tener presente el esquema anterior, porque su contenido destaca los aspectos propios para el desempeño del contador público, así como de los instrumentos que desarrolle para satisfacer las necesidades cambiantes de la alta dirección. De hecho, los conocimientos, la innovación y la velocidad deben ser la divisa del contador público, en cuanto a su desempeño profesional, identidad y forma de pensar, particularmente cuando actúe como asesor de negocios.

La información antes mencionada nos sirvió para introducirnos a los nuevos cambios o tendencias para finalmente después de obtener un panorama sobre lo que esto significa llegar al punto clave el contador público debe cambiar sus viejos paradigmas.

1.3.1 Paradigmas, el negocio de descubrir el futuro.

“Es evidente que las fuerzas de cambio que se han producido, particularmente durante las dos últimas décadas, proyectan hacia el futuro una mayor cantidad de cambios con un crecimiento exponencial, por lo que evidentemente continuarán impactando a las empresas, a la gerencia y al contador público. Pero debemos precisar que tal vez el mayor perjuicio no se producirá como ya se ha visto en el presente por esas fuerzas, sino por la actitud de los gerentes y profesionales vinculados con la dirección de empresas hacia el cambio. En efecto, muchos de ellos han evitado responder apropiadamente a esos fenómenos de cambio y, en su lugar, sólo tratan de cuidar lo ganado”.⁽³⁶⁾

Un paradigma es la forma básica de percibir, pensar, valorar y actuar con base en una visión particular de la realidad. Ya hemos dicho que esto es un paradigma pero recordemos que un contador público no debe dejar atrás reflexionar sobre sus viejos paradigmas.

Dicho lo anterior y examinar las fuerzas de cambio que han transformado radicalmente el medio ambiente económico y de negocios, resalta que una buena cantidad de gerentes han continuado actuando bajo los supuestos, prácticas e instrumentos de una era industrial que ya es historia. Seguramente ello es debido a que esos personales fueron formados y adquirieron sus experiencias entre la transición de una economía industrial y la actual economía del conocimiento (entre los principios de los años 70 e inicio de los 90s), periodo de cambio en el cual muchas empresas quedaron rezagadas y otras aniquiladas.

⁽³⁶⁾ *Ibid.* pág. Web. [Http://www.CPdir1.htm](http://www.CPdir1.htm)

Una realidad que es explicada por la Dra. Jennifer James, conocida como 'la Margaret Mead de los negocios modernos, quien en su obra *Thinking in the future tense*, comenta:

“Menciona que la mayoría de nosotros no somos criaturas del cambio. Venimos de una era de relativa estabilidad económica. Vimos a nuestros padres que eran recompensados por permanecer mucho tiempo en un mismo trabajo o con la misma compañía. Felizmente creíamos que era una recompensa automática por una vida bien planeada. Si hacíamos una lista de cosas por hacer y la seguíamos, le seguíamos le ganamos algún día al final para entonces poder relajarnos y eventualmente retiramos. La Vida era predecible, un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar”. (37)

“Por los comentarios anteriores y por experiencias propias, podemos estar de acuerdo en que el meollo del asunto se encuentra en el desempeño de una gran mayoría de gerentes y profesionales de la contaduría pública, quienes generalmente han actuado, aplicando reglas y esquemas tradicionales, no obstante que las realidades económicas y de negocios son completamente diferentes a las que se vivían tan sólo hace unos cuantos años. El problema, entonces es una parálisis paradigmática, para utilizar el concepto del futurólogo Joel Arthur Brarker, autor de la obra *Paradigmas*”. (38)

“La raíz de los problemas están en el inadecuado proceso de tomar decisiones. Utilizado tradicionalmente por la mayoría de los gerentes se dice que estos procesos no han cambiado mucho desde los años 60. El trabajo de los ejecutivos en los planes de negocios y presupuestos; en la aprobación de nuevos productos; de reorganizarse; de preocuparse acerca de las quejas de clientes y, en algunos casos, cuando se involucran directamente; en mantener la vista sobre los estados financieros. Ciertamente, ellos pueden tener una terminal de computadora sobre su escritorio, o práctica en alguna nueva disciplina administrativa Pero lo básico de su trabajo no es muy diferente de la forma como sé hacia treinta años atrás (puede ser que sean Sesenta)”. (39)

Para comprender mejor la problemática los autores William Barnard y Thomas F. Wallace dicen que recordemos que un paradigma es un patrón mental que se construye con la información repetitiva que almacenamos en nuestra mente y que nos condiciona a comprender y explicar los fenómenos que vivimos.

Dicho en otras palabras, los paradigmas influyen en la forma de percibir una realidad, lo que explica que frecuentemente tratamos de aplicar viejas soluciones a nuevas situaciones, cuando éstas deben enfocarse con nuevos paradigmas que proporcionen nuevas soluciones.

(37) Jennifer James, *Thinking In ifle future tense*, p. 5, Simon & Sohuster, Nueva York, 1996.

(38) Joel Arthur Rarker, *Paradigms*, p. 35, McGraw-Hill inter-americana, 5. A., Bogotá Colombia, 1995.

(39) *Ibid.* Página web; <http://www.geocities.com/gehg48/CPdir1.html>

Por un momento pensemos en lo que, como contadores públicos, hemos almacenado en nuestra mente conceptos de control interno, de estados financieros que reflejan un pasado. Presupuestos, de auditoría financiera o fiscal. Cargos y abonos una gran línea de etc. Esta es otra información que regularmente maneja el contador público, es la que le ha creado ciertos paradigmas que son incongruentes con las nuevas necesidades y realidades económicas, de negocios y de la gerencia.

“Por otra parte, también destaca el problema que se presenta cuando se utilizan nuevas herramientas con los viejos paradigmas, como lo comenta James F. Moore en su libro *The death of competition*. Es triste que la mayoría de los gerentes hagan su planeación estratégica investigando como aprovechar oportunidades dentro de los viejos paradigmas de negocios y dentro de la vieja definición de su industria o sector de negocios”. (40)

A fin de que el contador público se desempeñe en forma congruente con las nuevas realidades económicas y de negocios, tenemos que reconocer que los supuestos de la actual economía del conocimiento difieren con respecto a los supuestos de la tradicional económica industrial. Significa entonces que cada economía tiene sus propios paradigmas debido a que son diferentes los insumos informativos supuestos que los crean.

“Como contadores públicos hemos estado plenamente conscientes de los acontecimientos vividos durante los últimos 10 años en el ámbito de la economía. Las organizaciones, los negocios y la gerencia. Y tenía que ser así, porque nuestra profesión está estrechamente vinculada a esos actores que son el objeto mismo de la existencia del contador público así como su desarrollo y proyección. Con relaciones que al proyectarse rumbo al siglo XXI también producen cuestionamientos sobre las transformaciones que debemos emprender, para responder precisamente, a las necesidades cambiantes de ellos, nuestros principales receptores: humores de negocios, inversionistas y ejecutivos de la Alta Gerencia”. (41)

Como reflexión observamos que las organizaciones tienen que dirigir su atención a la información que se hace mención y no solo a eso sino también al aprovechamiento de oportunidades dentro de los viejos paradigmas, así orientar el conocimiento a los objetivos que son trascendentes en los negocios.

Sin dejar atrás el rumbo al siglo XXI las nuevas dimensiones del contador público, Luis F. Picazo Manríquez, Fabián Martínez Villegas, parten de que los nuevos escenarios requieren de nuevas soluciones, que se dan a partir de cultivar nuevos paradigmas, pasamos a señalar algunos lineamientos para romper con los viejos paradigmas, y que tanto gerentes como contadores públicos deberían observar.

-Cultivar y aplicar el pensamiento sistemático, es decir, la capacidad de examinar y comprender las organizaciones y su entorno como un todo funcional. Un enfoque de pensamiento que destaca las relaciones que se dan entre los diferentes componentes de un todo, en lugar de examinar cada una de las partes como si fueran independientes unas de otras.

(40) James F. Moore, *The death of competition*, p.47, Harper Colms Publishers, Inc Nueva York. 1996.

(41) *Ibid.* Página web; <http://www.geocities.com/gehg48/CPdir1.html>

-Estimular una continua curiosidad por analizar los fenómenos y tendencias que se presentan en el entorno de las organizaciones, cuestionándolos con las preguntas ¿Qué sucede?, ¿Qué efecto tendrá en mi empresa, trabajo o profesión?, ¿Qué oportunidades se pueden derivar?.

-Mantenerse actualizado en los conceptos, teorías, tendencias y disciplinas relacionadas con las empresas, sus productos, procesos, tecnología dominante, sector de negocios.

-Manejar sistemas de información como Internet, correo electrónico, para acceder bases de datos actualizados, intercambiar conocimientos y experiencias sobre problemas específicos relacionados con su profesión y empresa.

Reflexión, al parecer los puntos son vitales para poder ubicarse, dentro de los cambios y responsabilizarse de los factores tan esenciales para hacer frente a cualquier nueva tendencia, innovación, problemas y así dar también nuevas soluciones.

El énfasis que se hace de cómo enfrentar los nuevos cambios a mi parecer es esencial, y es definitivo que tanto los gerentes como los contadores públicos, deben cultivar nuevos paradigmas congruentes con esas nuevas realidades. Esto particularmente para el contador contribuirá a cultivar una forma de pensar más creativa que crítica, más conceptualizadora que tangibilizadora y más sistemática que analítica. No olvidar que todo cambio se inicia, precisamente, en la forma de pensar.

1.4 Importancia del rumbo hacia los nuevos paradigmas.

El gran empuje tecnológico propicia la celeridad de ideas y situaciones, siendo expresión de lo mismo la convicción de la permanencia del cambio continuo.

En este orden de ideas se puede afirmar que el mundo ha sido testigo del desmembramiento de la URSS, del acercamiento de USA y China, del auge y caída de sistemas económicos, financieros y políticos, así como nuevos descubrimientos, nuevas teorías han venido a dar una nueva visión de la vida produciendo una sustitución de paradigmas.

“Estos desplazamientos en los modos de percibir las cosas además de los adelantos y alcances de las denominadas investigaciones científicas tanto en el orden determinístico como en el no determinístico, también han incidido en la evolución del conocimiento administrativo, pasando desde las escuelas de los padres de la administración moderna (Taylor y Fayol) hasta un archipiélago de construcciones teóricas reflejo de las diferentes adecuaciones a los cambios paradigmáticos dentro del pensamiento administrativo, donde convergen conceptos, terminologías tales como: postmodernidad, pensamiento complejo, teorías del caos, etc., y se acentúa lo ya recalado por muchos pensantes: La transición de una economía de productos a una de marcas o una de ofertas a otra de demanda y haciendo énfasis, en lo concerniente a la competitividad e inserción en un mercado global”.(42)

(42) <http://www.members.tripod.com/ve/diegoiibarra/nuevos.htm>

Lo que se trata de presentar en estas líneas iniciales es una consolidación sistémica amplia con el debido soporte teórico donde se visualice de forma global la Ciencia Administrativa que como sabemos forma parte esencial de nuestro estudio. No se pretende afirmar la creación de una nueva teoría, simplemente se busca la reflexión de lo sustentado en este campo aún a riesgo de ser refutado. Sin embargo es necesaria la confrontación de ideas lo cual puede llevar a la innovación.

Hay autores tales como Michel Foucault (1990), que llaman la atención sobre las revisiones de las teorías y hechos existentes, así como ese miedo a proponer la conclusión propia como aporte teórico en un ramo del saber..., textualmente dice:

...”Como si después de haberse habituado a buscar orígenes, a remontar indefinidamente la línea de las antecedenencias, a reconstruir tradiciones, a seguir curvas evolutivas, a proyectar teleologías y a recurrir sin cesar a metáforas de la vida, se experimentara una repugnancia singular en pensar la diferencia, en describir desviaciones y dispersiones, en disociar las formas tranquilizantes de lo idéntico o más exactamente, como si con esos conceptos de umbrales, de mutaciones, de sistemas independientes, de series limitadas -tales como lo utilizan de hecho los historiadores- costase trabajo hacer la teoría, sacar las consecuencias generales y hasta derivar de ellos todas las implicaciones posibles, como si tuviéramos miedo de pensar el otro, en el tiempo de nuestro propio pensamiento”... (43)

“Dentro del marco de este documento se recalca en esta reflexión, tal como ya se ha dicho, en la conjunción de las diferentes estrategias gerenciales, incluyendo su fondo filosófico. Esto da una idea de lo que pudiera ser una gerencia de la complejidad (Genelot, 1992), en concordancia con autores tales como Morin (1990) y Godet (1995), entre otros, quienes enuncian la Ciencia de la Complejidad, como aquella que admite la coexistencia de corrientes aparentemente antagónicas, y que sin embargo se requieren para retroalimentarse unas con otras.

Llevando a lo anterior al espectro del conocimiento Administrativo, pudiera observarse como sí para su aplicación, se tomarán todos los diversos postulados que sustentan las diferentes Escuelas del Pensamiento Gerencial (salvo que se contrapongan para el objetivo que se desea). Es así como se visualiza ese universo teórico que abarca los diferentes enfoques Gerenciales, así como el fondo filosófico que los sustentan.

Realmente pareciera la consolidación de un Sistema de Principios Gerenciales que busca establecer un equilibrio entre las variables de contexto interno con el entorno de las organizaciones”. (44)

(43) Foucault, Michel. (1990). *LA ARQUEOLOGIA DEL SABER*. 14ª edición. Siglo XXI, Editores. México, p 19.

(44)) <http://www.members.tripod.com/ve/diegoiibarra/nuevos.htm>

La Gestión Gerencial a una posición amplia que optimizaría su desempeño y propiciaría una acción equilibrada como lo plantea Hronec (1995), quien parafraseando a Schlesinger y Heskett (1991), señala... (45)

“... La relación que debe darse entre calidad de servicio, entorno, satisfacción de los empleados, retención de personal, calidad de servicio externo, la retención del cliente y el beneficio...”

“Las organizaciones de vanguardia dentro de un mercado global competitivo, buscan involucrarse con los enfoques más actuales y que hayan llevado al éxito a diversas instituciones. Ante este planteamiento cabe preguntarse sobre que fundamentos se debería gerenciar una empresa, dentro de esta Ola de Cambios donde convergen Estrategias, Técnicas y Filosofía. Esto trae lógicamente una reacción en cadena, por ejemplo el buscar acogerse al paradigma de la calidad total pudiera llevar a considerar algunos de los siguientes tópicos: Reingeniería, Benchmarking, Downsizing, Outsourcing, Just in Time, etc., originando una manera diferente de Gerenciar (heterodoxa) resaltando la existencia de infinitas interacciones voluntarias o no que se dan dentro de una organización caracterizándola como Sistema Complejo, y que pudieran ampliar la visión del estado del Arte de la gerencia basándose en diversas corrientes del pensamiento administrativo”.(46)

1.4.1 Una posible perspectiva de la evolución de los paradigmas desde el punto de vista contable.

Como hemos mencionado anteriormente el mundo de los negocios se ha caracterizado en la actualidad por el cambio constante (tecnológico, cultural, social, económico y personal), cuyo efecto neto es la inseguridad y más presión quizá que nunca en los empleados, los gerentes y los dueños de los negocios, por lo cual la necesidad de proveer un marco de referencia que logre la estabilidad, continuidad y crecimiento en medio de estos retos es una tarea fundamental que debe asumir con responsabilidad el contador público así como también todos los integrantes de la organización.

Porque como hemos podido observar que durante mucho tiempo, los tradicionales indicadores como volumen, utilidades, rendimiento sobre la inversión o activos, y cosas por el estilo han sido los dirigentes del éxito organizacional, y que actualmente nos encontramos frente a los nuevos indicadores de los cuales solo mencionare algunos de ellos: La calidad del servicio que se da al cliente la calidad de vida que ofrecen a sus empleados.

Posiblemente el avance que se pudo dar en cuanto al cambio de los viejos a los nuevos paradigmas serían los siguientes:

- 1) De una acelerada producción en la cual tenía que aumentar el precio de venta a una producción, en la cual se disminuye el precio de venta por la misma competencia.
- 2) Lo tradicional ser el único dueño de la empresa a establecer alianzas estratégicas.
- 3) De solo enfocarse en la utilidad a enfocarse a la calidad de servicio tanto cliente como empleado.

(45) HRONEC, Steven (1995). *SIGNOS VITALES*. Editorial McGraw-Hill / Interamericana de España, S.A. Madrid

(46) <http://www.members.tripod.com/ve/diegoiibarra/nuevos.htm>

- 4) El registro contable en libros (manual) a tecnologías en sistemas a través de la computadora.
- 5) Información limitada a una amplia información
- 6) Estructura contable tradicional basada en activos fijos, mano de obra, materiales se ha convertido en medir, valorar, innovar.

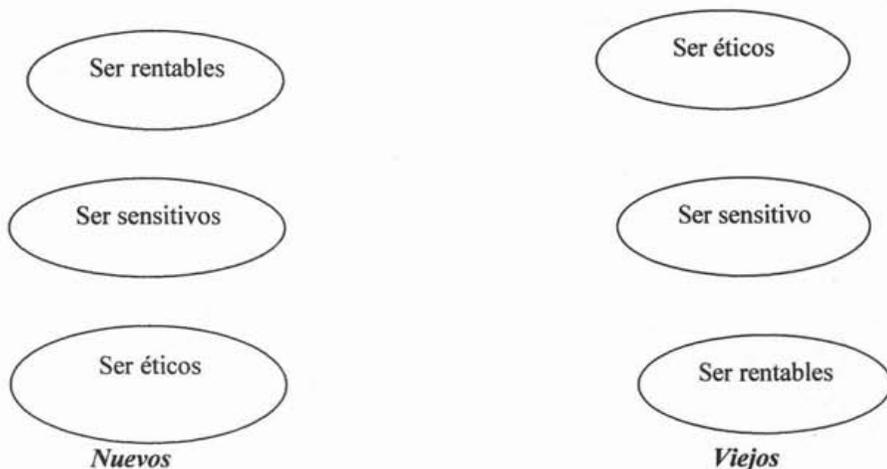
Estos son algunas de los cambios que hemos dicho anteriormente, sin embargo hace falta saber como operar dentro de la velocidad del cambio para obtener nuestro éxito organizacional, por lo que a continuación presentare un enfoque, que a funcionado y que ya no es solo una filosofía, hoy es un imperativo para la supervivencia.

La forma de enfrentar a estas necesidades y evolucionar es asumir las decisiones, escogiendo lo que es correcto en lugar de concentrarse en las utilidades. Por lo que es importante utilizar un proceso tanto para uno mismo como para la organización y esto no es tan difícil de entender, solo se requiere dos cosas: 1) voluntad de creer en un conjunto convenido de valores y 2) diligencia continua para poner esos valores en acción.

Y con el propósito profundizar en el tema, mencionare la guía en la toma de decisiones basada en valores a que hace referencia el autor Ken Blanchard, como:

- “1) Identificar los valores y las definiciones apropiadas pertinentes a la toma de decisión.
- 2) ¿A quiénes afecta directamente la acción (empleados, clientes, accionistas o la comunidad? ¿Se requiere que intervengan también otras personas?
- 3) ¿Qué acción requieren las definiciones apropiadas de valor en esta situación (ser justos y equitativos con los empleados, cumplir los compromisos con los accionistas)”. (47)

Por lo que ahora presentaremos una posible forma de visualizar la evolución de los paradigmas primero desde una base de la que se ha hecho referencia en las líneas anteriores.



(47) Ken Blanchard, Michael O Connor, *Administración por valores*, p.45

Lo que principalmente se pretende mostrar en este diagrama, es el cambio de prioridad con respecto al mismo, y la base fundamental para un verdadero éxito organizacional.

A continuación se intentara mostrar otro punto de vista en forma general y desde otra perspectiva un diagrama en donde se pueda observar los nuevos paradigma explicando su posible transición, de viejos a nuevos, para que después pueda explicar como el contador público puede enfocar los cuatro paradigmas que al principio del capítulo se mencionaron.



Antiguamente se contaba con una tecnología tal vez obsoleta, limitada para contar actualmente con una tecnología muy avanzada, de una información estrecha a una amplia, de no dar importancia a los valores y principios a ser fundamentales para sobrevivir, de atender solo las necesidades de un pequeño mercado para actualmente atender a un extenso mercado y no solo esto sino que estar acorde a las necesidades en general, tanto clientes, empleados, accionistas, finalmente el solo enfocarse en la utilidad y tomarlo como prioridad es actualmente un error.

Primero el paradigma positivista ha sido el mas viejo porque verifica lo que predice, considero que es útil y seguirá siéndolo, porque como contadores públicos siempre buscaremos obtener resultados, ser objetivos para si finalmente después de aplicar un proceso obtener los resultados deseados dentro del mismo fin se aplica el paradigma realista porque también busca las causas de los efectos en una situación determinada por ejemplo, cuando observa que un proceso esta siendo ineficiente indaga el porque no se están obteniendo los resultados esperados, dentro del mismo es necesario aclarar que es eficiente aplicar este paradigma ya que permite comparar a algunas causas lo cual permite visualizar otros puntos de vista, no enfocarse solo a uno sino ver más.

Mientras que los contadores públicos los identifico actualmente con los dos últimos paradigmas el hermenéutico y el interaccionista, porque estos permiten una apertura, orientada más que a un conocimiento objetivo, llegar a un conocimiento consensuado lo que significa trabajar en equipo, comunicando, compartiendo, claro no quiere decir que nos olvidemos de la realidad ya que este conocimiento bueno o malo obtenido a través de la interpretación dependerá de la cercanía con la realidad, y con la posibilidad no sólo de entender, sino modificar aquello que se entiende, y poder arribar a nuevos conocimiento

más amplios, profundos de un primer conocimiento esta es una de las ventajas que considero de utilidad al contador, al igual el interaccionista podrá utilizarlo en situación de asociación, observando los diferentes elementos se me ocurre en una organización como ya se ha dicho que los integrantes son componentes que una vez unidos me producirán más aunado a compartir los conocimientos, capacitándolos integrándolos se puede formar un gran equipo que a su vez obtenga los resultados deseados. Por lo que opino todos son necesarios solo que la base de prioridad las observe así.

1. Interaccionista
2. Hermenéutico
3. Realista
4. Positivista

“No podemos olvidar que el manejo de los paradigmas y de cambio de actitud, tanto para los individuos como para los grupos, es difícil porque vivir un paradigma significa definir y compartir fines, procedimientos, valores, problemas a resolver, métodos de trabajo, de organización, herramientas, formas de relación grupal, en fin significa estructurar e interpretar de cierta forma la realidad.

Ya que un paradigma fuerte y vigente significa que es capaz de responder a las exigencias de su medio, de transformarlo resolviendo problemas, cubriendo necesidades y dando significado a la actividad de quienes lo viven y lo desarrollan. Cuando los errores y las excepciones llegan a ser mayores que los logros o situaciones que se resuelven, indica que existe un paradigma en crisis, lo cual se convierte en oportunidad de buscar nuevas alternativas hacia un modelo superior de interpretación, de acción y comunicación a fin de lograr una mayor fortaleza del grupo y de la organización en conjunto”.⁽⁴⁸⁾

“Por su parte los términos complejidad y gerencia (vinculados), se ampliarán hasta cierto punto en los siguientes párrafos. Partiendo del desmoronamiento de lo que muchos autores denominan la modernidad se tiene en el Mundo teórico innumerables corrientes de pensamiento que pretenden llenar el vacío que ha dejado dicha modernidad, e irrumpen las diferentes ideas de cómo deben ser llevadas las cosas en adelante. Esto no omite al campo gerencial, y al respecto se han pronunciado entre otros Peter Drucker (1993), con sus enunciados de Post capitalismo, sin dejar de mencionar a Jean Francois Lyotard (1990), y es en este gran debate donde se abre el gran camino al pensamiento complejo, haciendo énfasis en el principio dialógico para mover los cambios (evolución) en las organizaciones y el crecimiento de los individuos por la contraposición constructiva de las ideas. Esta constante confrontación de generación en generación, es lo que ha permitido la evolución de la Sociedad. Si se parte del punto de vista de Murukami y Nishiwaki (1993), para citar a otros además de Toffler (1992) ó a Maynard y Merhten (1993), quienes dentro de su percepción clasifican las facetas de la historia de la humanidad en etapas que las han caracterizado, van pasando por una 1era Ola: Con énfasis en las actividades agrícolas, seguidamente otro momento(2da Ola): el advenimiento de inventos, propiciando la aparición de máquinas y fuentes de energía, iniciando así la era de la industrialización, prevaleciendo la meta de la maximización de las ganancias para las organizaciones

⁽⁴⁸⁾ Pàg.web. <http://enciclopedia-mex.galeon.com/CadPracticas.htm>

(Maynard Y Merhten, Op.Cit), se siente una fuerte motivación para hacer dinero y con principios fundamentados u orientados hacia el control. “El desarrollo en la tecnología de la Información fue de tal magnitud que dio lugar a la sociedad Informática, que algunos de los prenombrados autores llamaron la 3era ola, en ella, se hace énfasis en la búsqueda de mayor cantidad de alcances, caracterizándose por la sistematización, y el uso generalizado de microcircuitos, para la producción de una gran diversidad de bienes en pocas cantidades, satisfaciendo así un mercado crecientemente diversificado, predominando en esta etapa la orientación hacia la creación de valor, además de ese sentido de responsabilidad social.

Llegando finalmente a una última era que se visualiza (4ta ola), en la misma se resalta la creatividad, lo cualitativo e intangible, se busca el confort, la economía del tiempo y del espacio, superposición de las comunicaciones, las organizaciones asumen su papel de prestadores de servicios con una gran responsabilidad hacia su comunidad, así como conciencia de la preservación del medio ambiente, existiendo una competencia hacia el liderazgo en todos los sentido.

En el ámbito mundial, las transnacionales adquieren un gran poder, mayor aún al que han tenido: Los países tercer mundistas se esmeran para que los países industrializados inviertan en ellos, a pesar de las confrontaciones existentes entre los críticos de la globalización y los partidarios de la misma, donde por una parte se polemiza sobre la brecha que existe cada día más entre países industrializados y los que están en vía de industrialización y por otro lado se esmeran en ser considerados un mercado adecuado para las inversiones y de esta manera insertarse en lo que se ha denominado el contexto Global.

Dentro de la anterior descripción se pueden ubicar en el estado del arte de las Ciencias Administrativas, varias corrientes de pensamiento que de una u otra forma se involucran en dichas olas. Desde la denominada administración moderna con sus precursores, hasta los últimos enunciados en el campo gerencial”. (49)

Este marasmo de tecnología gerencial es tal que investigadores como Mallo y Merlo (1995), “perciben que los gerentes lo han tomado como un snobismo, sin considerar que entre lo tradicional y lo nuevo hay un continuo e interminable Feedback y solo el tiempo filtrará qué novedades de hoy permanecerán en la Praxis gerencial y cuáles otras se obsolescerán y en esto se encuentra un amplio léxico: Calidad total, Just in Time, Benchmarking, reingeniería, Outsourcing, Downsizing, gerencia basada en actividades, gerencia basada en el valor, etc.(ya mencionados) todos ellos con un sin fin de sinónimos, dependiendo si se les comercializa o si se implanta dentro de la propia organización. Conlleva esto a dos situaciones: los primeros(quienes la comercializan. Los asesores algunas veces pretendiendo atribuirse, descubrir lo que ya existe y los segundos los responsables en las organizaciones para ponerles en práctica: los gerentes en la búsqueda incansante de lo nuevo o de lo último, una mezcla de pragmatismo, con incredulidad”. (50)

(49) *Ibid* <http://www.members.tripod.com/ve/diegoiibarra/nuevos.htm>

(50) Mallo, Carlos y Merlo, José (1995). *Control de Gestión y Control Presupuestario*. Editorial McGraw-Hill / Interamericana de España, S. Madrid

Se habla del pensamiento complejo y las organizaciones. Se remite entonces a precursores de este pensamiento y se pudiera mencionar entre otros a Kuhn, T. (1983), "quien conceptualiza lo que es un paradigma y describe como una revolución científica se abre paso cuando en una ciencia sus postulados se cuestionan y emergen otros, ejemplo pudiera ser la revolución Copernicana con respecto a la concepción de Ptolomeo en referencia a la posición de la Tierra con respecto al Universo". (51)

1.6 El significado del modo de pensar en una organización.

El autor Edgar Morín (Op.cit), en su libro introducción al pensamiento complejo, se concreta de manera más adecuada la orientación a este modo de pensar, diferenciando entre un pensamiento simple y un pensamiento complejo. El primero se fundamenta en los paradigmas que deben seguir los que están dentro de ese esquema, son principios dogmáticos, no propensos a la crítica ni al cambio; en el segundo, tal como lo plantea el nombrado autor, no sé adversa el determinismo, ni la sistematización, si no más bien recuerda lo cambiante de las cosas, propicia la creatividad, concilia lo de ayer, con lo de hoy y el mañana, además proclama que "... El pensamiento simple programa para controlar lo que es seguro, medible; el pensamiento complejo va en vías de diseñar estrategias para abordar lo irreversible, lo aleatorio y lo cualitativo..." Y también predica un conocimiento global y transdisciplinario que lleva a la permeabilidad entre las diversas ciencias. Igualmente pregona la sociabilidad entre el objeto y el sujeto en toda situación, que a pesar de estar en posiciones diferentes, sin embargo, los une dicha situación.

Volviendo a Sérieyx (Op.Cit), éste plantea que sólo se puede conducir eficientemente una empresa si se es capaz de poner en ella una "visión compleja": (52)

1) Cuando se le involucra en un proceso único de mejoramiento continuo dentro de la filosofía de la calidad total (Eliminar las barreras entre las unidades organizacionales, es uno de sus principios), independientemente de los objetivos personales de sus miembros y de la misión de la organización, con todas sus contradicciones y complementos, se cumple el dialogismo, es decir hay persistencia de dos términos opuestos y que se complementan a la vez, por ejemplo, tanto el mencionado interés particular de los empleados, como el de la empresa, conviven y son inseparables

Considerando todas las interacciones que se puedan dar entre los miembros de la organización, y que las mismas propicien su renovación permanente: Recursividad. Entendiéndose esta última como la relación entre causa y efecto. Es el caso de los empleados que dan lugar a la empresa y la empresa a los empleados.

(51) Kuhn, Thomas. (1983). *La Estructura de las Revoluciones Científicas*. Flammarion.

(52) Sérieyx, Hervé (1994). *El big bang de las Organizaciones. Cuando la Empresa entra en Mutación*. Ediciones Granica, S.A., Barcelona, España

2) Al considerar todo desde un enfoque sistémico, llevara más a la integración que a la desintegración, permitiendo la antropogenia (aspecto hologramático), en este punto prácticamente se busca que la organización sea inteligente. En otras palabras, la totalidad de la empresa no es más que la totalidad de sus integrantes, sin embargo usa solo lo que requiere y de esa manera permite su recursividad.

Cabría entonces preguntar, ¿En qué medidas las organizaciones sumergidas en un interminable inicio y finalización de interacciones o vinculaciones tanto internas como externas pueden sobrevivir sin considerar los planteamientos que le hacen, entre otros enfoques el pensamiento complejo? .

Ahora bien, pudiera decirse entonces que es esencial para las empresas la acción de gerenciar con la visión compleja para regular la variedad generada.

“La gerencia con visión de pensamiento complejo debe llevar a la organización a lograr objetivos tales como: Utilidad y Rentabilidad, generación de Divisas y Empleo, satisfacción a las Necesidades del Consumidor y Maximización del Valor de la Empresa. En otras palabras tomando en consideración tanto el contexto externo como el interno, se buscará satisfacer los requerimientos de los actores sociales: Sociedad, Estado y Empresa. Para los efectos de lograr lo mencionado inicialmente en este párrafo, es importante precisar los factores del entorno que pudieran afectar favorable o negativamente a las empresas tal como planteará Jorge Burbano (1995), esto va referido a las políticas gubernamentales, la tendencia de los fenómenos sociales y económicos, la competencia y el mercado de manera general.

Con respecto al contexto interno, en él convergen todos los elementos que constituyen la estructura con que cuenta la organización y que le permitirá incursionar en ese competitivo mercado global de manera efectiva. Esto permitirá a los mencionados autores sociales cumplir con sus responsabilidades, lo cual repercutirá en el nivel de vida, así como en el desarrollo de la respectiva sociedad”. (53)

En ella fluyen el Estado sirviendo de facilitador de la gestión pública, por una parte, por la otra el sector empresarial donde el accionista buscará la creación del valor a través de la satisfacción del mercado en términos de calidad y el trabajador, con el aporte incalculable de su trabajo productivo y creativo. Si este esquema es visualizado desde la perspectiva del pensamiento complejo, lógicamente que se maximizará el aprovechamiento de la sinergia para regular la variedad que se origina del sistema social en una nación determinada, logrando entonces alcanzar su misión.

(53) *Ibíd* <http://www.members.tripod.com/ve/diegoibarra/nuevos.htm>

El logro de esos objetivos mencionados se hará y se ha hecho con el uso simultáneo de diferentes estrategias empresariales, permitiendo el uso óptimo de los recursos, aun con condiciones adversas del contexto externo. Solo una visión amplia que permita conciliar amenazas con fortalezas, o críticas con correcciones, será la que permitirá que la Organización sobreviva.

“Se observa así el aprendizaje mutuo entre dos visiones diferentes, pudiendo traer a colación el ejemplo de Peter Drucker y Nakauchi Isao (1997), quienes en su obra TIEMPO DE DESAFIOS * TIEMPO DE REINVERSIONES, evalúan la situación actual del mundo empresarial, sus desafíos y que no terminan con una fórmula económica, si no que dejan abiertas varias opciones, sobre las actuales formas de Gerencia. Esto se puede considerar como un enfoque complejo”. (54)

Continuando con lo importante que es tener una gerencia con eficiencia encontré que en Venezuela, por ejemplo, organizaciones de diferentes sectores, estratos y ambientes, han venido gerenciando de manera innovadora de forma espontánea, siendo esto una afirmación local de la dialogística, lo Hologramático y la recursividad en ellas. “Gómez y Márquez (1997), lo enfatizan:

...Lo admirable es que organizaciones lideradas por personas con poca o ninguna formación gerencial, muchas veces pertenecientes a la población menos aventajada, practiquen la gerencia con estilos y prácticas tan innovadoras como las descritas. En el fondo han encontrado la forma de practicar la gerencia con sentido común... (p.10)

Con relación a la manera de gerenciar en Venezuela, refieren la necesidad de no desechar ningún planteamiento si no más bien agregarlo. Está el caso de las técnicas traídas del exterior que se promocionan como lo más nuevo, sin embargo organizaciones como las mencionadas ya lo venían aplicando pero a su manera. Lo del exterior más las modalidades autóctonas hay que conciliarlas, sistematizarlas y asumirlas entrando así dentro de lo que se denomina el pensamiento complejo.

En la complejidad organizacional se palpan los factores que se dan para cubrir el volumen de variedad (amplificadores), así como los que lo atenúan, unos y otros son necesarios para el funcionamiento equilibrado de la organización. Concretamente desde el punto de vista gerencial dentro de esta visión, se concibe al gerente como una persona que se desenvuelve en un contexto complejo y se desarrolla y evoluciona al mismo ritmo. Igualmente se toma en cuenta una serie de indicadores para medición, lógicamente se diferencian de los tradicionales por cuanto harán énfasis en el rendimiento presente, en el planificado y en el óptimo deseado, dando de esa manera opciones de medición”. (55)

(54) Peter / Nakauchi Isao. (1997) *Tiempo de Desafíos* Tiempos de Reinversiones*. Editorial Hermez. D.F., México

(55) Gómez , Henry / Márquez, Patricia. (1997). *Gerencia Avanzada hecha en Venezuela*. Debates IESA. Volumen 3. N° 2. Octubre

Al respecto se pudiera decir que esto se ha venido instrumentalizando a través de modalidades de gestión tales como la Gerencia Basada en el Valor, la cual se refiere entre sus elementos a la proyección de los flujos futuros esperados y junto con otros componentes determinando el valor de la empresa. Lo más interesante, es que el logro de esos flujos deben estar sustentados por estrategias y políticas bien formuladas que le permitirán la creación del valor al accionista, además de convertirse en reguladores de la variedad que se presentan.

“Las organizaciones dentro de su dinamismo generan una serie de interacciones (Variedades) y estas a su vez se fundamentan de acuerdo a la teoría de la complejidad en una serie de principios (Rubio, 1998) de los cuales se enumeran algunos de ellos a continuación y que guardan relación directa con el contenido del presente artículo”:

- 1) La Autopoiesis: Capacidad de un sistema para organizarse, de tal forma que el único producto resultante sea el mismo, en función de esto las empresas permanentemente se están renovando.
- 2) La conectividad. Las partes de una organización se afectan mutuamente a pesar de no tener conexión directa, lógicamente están orientadas a una misma misión.
- 3) La Inclusión. El todo, está en las partes que están en el todo, hay una mutua internalización. (56)

Considere importante mencionar estos puntos, para dar un panorama sobre lo que en otros países como Venezuela se lleva a cabo en cuestión de orientar hacia una gerencia y así no limitarnos. Ya que el mismo autor señala que si se toman en cuenta estos aspectos, pudiera gerenciarse con mayor efectividad

Sobre todo porque de cualquier manera todas las organizaciones han venido gerenciando de una forma innovadora, espontánea, con estilo y de alguna manera buscan dentro de esto concientizar sobre la concreción de la complejidad, en relación con la gestión de las organizaciones y que su conocimiento permitirá tener una visión más clara hacia donde deben orientarse los gerentes para que sus instituciones logren niveles adecuados de competitividad.

(56) Rubio, José V. (1997). ¿Qué es la Complejidad? Red Colombiana del Pensamiento Complejo. Biblioteca Virtual. <http://www.colciencia.gov.co/redcom/queescom.html>
(15 – 06 – 98)

CAPITULO II

INTRODUCCIÓN AL CONOCIMIENTO CONTABLE Y LOS NUEVOS ESCENARIOS EN CONTABILIDAD

2. Una visión introductoria de la contabilidad.

La contabilidad es la base sobre la cual se fundamentan las decisiones gerenciales y por tanto, las decisiones financieras. “No existe actividad económica ajena al registro y afectación de las técnicas de la ciencia contable. Desde la actividad económica más pequeña hasta las transacciones económicas de grandes corporaciones, la ciencia contable aporta a un gran cúmulo de conocimientos, los cuales requieren que sean aplicados por profesionales de la contaduría pública altamente capacitados.

La contabilidad es un sistema adaptado para clasificar hechos económicos que ocurren en un negocio del tal manera que se convierte en el eje central para llevar a cabo diversos procedimientos que conducirán a la obtención del máximo del rendimiento que implica el constituir una empresa determinada”.⁽¹⁾

Es importante primero aclarar lo que es contabilidad y así poco a poco introducirnos al conocimiento contable, para ello comenzare con algunos conceptos.

2.1 Concepto de contabilidad

Dada la importancia que proporciona la información contable tanto para los administradores, accionistas, inversionistas, gobierno, trabajadores, instituciones de crédito, proveedores, es necesario definir lo que es contabilidad según PCGA.

.....” La contabilidad parte de que es una técnica. Esto implica la posición teórica de que los principios de contabilidad son guías de acción y no verdades fundamentales a las que se le adjudica poder explicativo y de predicción...”⁽²⁾

Empero, como asevera posteriormente en el boletín A-1, no debe considerarse lo afirmado anteriormente en el como fundamento inamovible y acabado, la evolución constante de la contabilidad debe estar auspiciada por la apertura a diferentes corrientes teóricas, con sus diferentes enfoques y metodologías y con criterios sobre la naturaleza de la contabilidad sustancialmente distintos así menciona el boletín.

La contabilidad es una herramienta empresarial que permite el registro y control sistemático de todas las operaciones que se realizan en la empresa, por ende no existe una definición concreta de la contabilidad aunque todas estas definiciones tienen algo en común.

A continuación se presentan varias acepciones de la contabilidad que han sido definidas por diferentes autores y cuerpos colegiados de la profesión contable:

⁽¹⁾ Pág. web. http://www.gestiopolis.com/recurso/documentos/fulldocs/la_contabilidad_y_el_sistema_contable.htm

⁽²⁾ Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, IMCP, p3

“La contabilidad es el arte de registrar, clasificar y resumir en forma significativa y en términos de dinero, las operaciones y los hechos que son cuando menos de carácter financieros, así como el de interpretar sus resultados” (Instituto Americano de Contadores Públicos Certificados).

“La contabilidad es el arte de interpretar, medir y describir la actividad económica” (Meigs, Roberts, 1992)

Así podré concluir que la contabilidad es una técnica que se ocupa de registrar, clasificar y resumir las operaciones mercantiles de una entidad con la finalidad de interpretar sus resultados, para que los interesados a través de ella puedan orientarse sobre el curso que sigue sus negocios; permitiendo conocer la estabilidad, solvencia de la compañía y la capacidad financiera de la empresa.

“Consideremos que los principios de contabilidad hacen hincapié en que la estructura de contabilidad es una base susceptible de ser modificada y adaptada o cambiada cuando se considere que entorpece el avance de la contabilidad”. (3)

2.2 Evolución de la contabilidad y sus principales aportes.

La contabilidad se remota desde tiempos muy antiguos, cuando el hombre se ve obligado a llevar registros y controles de sus propiedades porque su memoria no bastaba para guardar la información requerida. Se ha demostrado a través de diversos historiadores que en épocas como la egipcia o romana, se empleaban técnicas contables que se derivan del intercambio comercial.

La contabilidad de doble entrada se inició en las ciudades comerciales italianas; los libros de contabilidad más antiguos que se conservan provienen de la ciudad de Génova, datan del año 1340, y muestran que, para aquel entonces, las técnicas contables estaban ya muy avanzadas.

“El desarrollo en China de los primeros formularios de tesorería y de los ábacos, durante los primeros siglos de nuestra era, permitieron el progreso de las técnicas contables en oriente.

El inicio de la literatura contable queda circunscrito a la obra del monje veneciano Luca Pacholi titulada: “La summa de Aritmética, Geometría proportioni et proportionalità” en donde se considera el concepto de la partida doble por primera vez. A pesar de que la obra de Pacioli, más que crear, se limitaba a difundir el conocimiento de contabilidad, en sus libros se sintetizaban los principios contables que han perdurado hasta nuestros días. Fray Luca Pacioli, quien en el año 1494, estableció las bases de toda la teoría contable, entre uno de los varios méritos que tuvo este monje, estuvo el de haber explicado en forma detallada los procedimientos que se debían aplicar para el manejo de las cuentas lo cual se conoce hasta hoy como la teoría de la partida doble o teoría del cargo y del abono, el valor de sus principios ha trascendido hasta nuestros días, en sentido de que todos los negocios recurren de alguna manera al registro de sus operaciones a través de la teoría”.(4)

(3) *Ibid.* PCGA. p.6

(4) *Ibid.* Pág. web. http://www.gestiopolis.com/la_contabilidad_y_el_sistema_contable.htm

“La Revolución Industrial provocó la necesidad de adoptar las técnicas contables para poder reflejar la creciente mecanización de los procesos, las operaciones típicas de la fábrica y la producción masiva de bienes y servicios. Con la aparición, a mediados del siglo XIX, de corporaciones industriales, propiedades de accionistas anónimos, el papel de la contabilidad adquirió aun mayor importancia.

La teneduría de libros, parte esencial del cualquier sistema, ha sido informatizándose a partir de la segunda mitad del siglo XX, por lo que, cada vez mas, corresponde a los ordenadores o computadores la realización de estas tareas. El uso generalizado de los equipos informativos permitió sacar mayor provecho de la contabilidad utilizándose a menudo el termino procesamiento de datos, actualmente el concepto de teneduría ha sido en desuso.

La contabilidad como se conoce actualmente, es el producto de toda una gran cantidad de practicas mercantiles que han exigido a través de los años, el mejorar la calidad de la información financiera en las empresas.

Y hacia el siglo XXI se ve influenciada por tres variables:

- 1) Tecnología.
- 2) Complejidad y globalización de los negocios.
- 3) Formación y educación”.⁽⁵⁾

La tecnología a través del impacto que genera el aumento en la velocidad con la cual se generan las transacciones financieras, por medio del fenómeno INTERNET. La segunda variable de complejidad y globalización requiere que la contabilidad establezca nuevos métodos para el tratamiento y presentación de la información financiera. La ultima variable relacionada con la formación y educación requiere que los futuros gerentes dominen el lenguaje de los negocios.

En mi opinión es vital poder contar con un panorama de los que es la contabilidad y hacia donde se inclinan los nuevos avances por ello es importante primero tener referencia del significado del conocimiento contable.

2.3 Los conceptos de sistemas de información contables.

Sin dejar de mencionar lo que nos dicen los principios de contabilidad al respecto, que los métodos de cuantificación varían en complejidad, dependiendo del grado de dificultad que implique el obtener la información cuantitativa.

“La definición de contabilidad, como técnica utilizada para producir información cuantitativa que sirva de base para toar decisiones implica que la información y el proceso de cuantificación deben cumplir con una serie de requisitos para que satisfagan adecuadamente las necesidades que mantengan vigente su utilidad.

Las características fundamentales que debe tener la información contable son utilidad y confiabilidad “. ⁽⁶⁾

⁽⁵⁾ *Ibid.* Pág. web. http://www.gestiopolis.com/la_contabilidad_y_el_sistema_contable.htm

⁽⁶⁾ *Ibid.* PCGA. p.4

“Si hablamos de la utilidad como característica de la información, esta es la cualidad de adecuarse al propósito del usuario. Estos propósitos son diferentes en detalle para cada usuario pero todos tienen la comunidad de interés económico en la entidad económica. Dada la posibilidad de conocer al usuario específico y sus necesidades particulares, se presenta la información general por medio de los estados financieros: el balance general, el estado de resultados y el estado de cambio en la situación financiera.

La utilidad de la información está en función de su contenido informativo y de su oportunidad.” (7)

Un sistema de información contable comprende los métodos, procedimientos y recursos utilizados por una entidad para llevar un control de las actividades financieras y resumirlas en forma útil para la toma de decisiones.

“La información contable se puede clasificar en dos grandes categorías: la contabilidad financiera o la contabilidad externa y la contabilidad de costos o contabilidad interna. La contabilidad financiera muestra la información que se facilita al público en general, y que no participa en la administración de la empresa, como son los accionistas, los acreedores, los clientes, los proveedores, los analistas financieros, entre otros, aunque esta información también es de mucho interés para los administradores y directivos de la empresa. Esta contabilidad permite obtener información sobre la posición financiera de la empresa, su grado de liquidez y sobre la rentabilidad de la empresa. La contabilidad de costos estudia las relaciones costos – beneficios – volumen de producción, el grado de eficiencia y productividad, y permite la planificación y el control de la producción, la toma de decisiones sobre precios, los presupuestos y la política del capital. Esta información no suele difundirse al público. Mientras que la contabilidad financiera tiene como objetivo genérico facilitar al público información sobre la situación económico – financiera de la empresa; y la contabilidad de costos tiene como objetivo esencial facilitar información a los distintos departamentos, a los directivos y a los planificadores para que puedan desempeñar sus funciones”.(8)

Con respecto a lo anterior podemos tener presente que el saber que existe una clasificación de contabilidad es útil porque nos orientan sobre las funciones de cada una de ellas, sin embargo considerar que el objetivo principal es centrarnos y unificar la meta que es tratar de desarrollar, comunicar eficientemente la información contable a los interesados.

2.4 Propósito y naturaleza de la información contable.

El propósito de la contabilidad es proporcionar información financiera sobre una entidad económica. Quienes toman las decisiones administrativas necesitan de esa información financiera de la empresa para realizar una buena planeación y control de las actividades de la organización. El papel del sistema contable de la organización es desarrollar y comunicar esta información. Para lograr estos objetivos se puede hacer uso de computadores, como también de registros manuales e informes impresos.

(7) *Ibíd. PCGA. p.4*

(8) *Ibíd. Pág. web. http://www.gestiopolis.com/la_contabilidad_y_el_sistema_contable.htm*

Una vez introduciéndonos en lo que es la contabilidad es necesario hacer mención sobre la Estructura del sistema contable y un sistema de información contable sigue un modelo básico y un sistema de información bien diseñado, ofreciendo así control, compatibilidad, flexibilidad y una relación aceptable entre costo/beneficio.

Así el sistema contable de cualquier empresa independientemente del sistema contable que utilicé, se deben ejecutar tres pasos básicos utilizando relacionada con las actividades financieras; los datos se deben registrar, clasificar y resumir, sin embargo el proceso contable involucra la comunicación a quienes estén interesados y la interpretación de la información contable, al saber su importancia se detalla a continuación.

1) "Registro de la actividad financiera: en un sistema contable se debe llevar un registro sistemático de la actividad comercial diaria en términos económicos. En una empresa se llevan a cabo todo tipo de transacciones que se pueden expresar en términos monetarios y que se deben registrar en los libros de contabilidad. Una transacción se refiere a una acción terminada más que a una posible acción a futuro. Ciertamente, no todos los eventos comerciales se pueden medir y describir objetivamente en términos monetarios.

2) Clasificación de la información: un registro completo de todas las actividades comerciales implica comúnmente un gran volumen de datos, demasiado grande y diverso para que pueda ser útil para las personas encargadas de tomar decisiones. Por tanto, la información de debe clasificar en grupos o categorías. Se deben agrupar aquellas transacciones a través de las cuales se recibe o paga dinero.

3) Resumen de la información: para que la información contable utilizada por quienes toman decisiones, esta debe ser resumida. Por ejemplo, una relación completa de las transacciones de venta de una empresa como Mars sería demasiado larga para que cualquier persona se dedicara a leerla. Los empleados responsables de comprar mercancías necesitan la información de las ventas resumidas por producto. Los gerentes de almacén necesitarán la información de ventas resumida por departamento, mientras que la alta gerencia de Mars necesitará la información de ventas resumida por almacén". (9)

Estos tres pasos que se han descrito: registro, clasificación y resumen constituyen los medios que se utilizan para crear la información contable. Sin embargo, el proceso contable incluye algo más que la creación de información, también involucra la comunicación de esta información a quienes estén interesados y la interpretación de la información contable para ayudar en la toma de decisiones comerciales. Un sistema contable debe proporcionar información a los gerentes y también a varios usuarios externos que tienen interés en las actividades financieras de la empresa.

(9) *Ibid.* <http://www.gestiopolis.com/la-contabilidad-y-el-sistema-contable.htm>

2.5 Utilización de la información contable

Por lo anterior sabemos que sin estos medios sería inútil crear información contable ahora conocer que la contabilidad va mas allá del proceso de creación de registros e informes. El objetivo final de la contabilidad es la utilización de esta información, su análisis e interpretación. Los contadores se preocupan de comprender el significado de las cantidades que obtienen. Buscan la relación que existe entre los eventos comerciales y los resultados financieros; estudian el efecto de diferentes alternativas, por ejemplo la compra o el arriendo de un nuevo edificio; y buscan las tendencias significativas que sugieren lo que puede ocurrir en el futuro.

“Si los gerentes, inversionistas, acreedores o empleados gubernamentales van a darle un uso eficaz a la información contable, también deben tener un conocimiento acerca de cómo obtuvieron esas cifras y lo que ellas significan. Una parte importante de esta comprensión es el reconocimiento claro de las limitaciones de los informes de contabilidad. Un gerente comercial u otra persona que este en posición de tomar decisiones y que carezca de conocimientos de contabilidad, probablemente no apreciara hasta que punto la información contable se basa en estimativos mas que en mediciones precisas y exactas”.⁽¹⁰⁾

Por eso no podemos olvidar que un sistema de información bien diseñado necesita tener claramente sus objetivos para que nos servirá y demostrar los recursos controlados por un ente económico, sus obligaciones que tenga de transferir recursos a otros clientes así como los cambios que hubieran experimentado tales recursos y el resultado obtenido del periodo por lo general esta son las guías y no olvidar las características siguientes:

2.6 Características de un sistema de información confiable.

Control: un buen sistema de contabilidad le da a la administración control sobre las operaciones de la empresa. Los controles internos son los métodos y procedimientos que usa un negocio para autorizar las operaciones, proteger sus activos y asegurar la exactitud de sus registros contables.

Compatibilidad: un sistema de información cumple con la pauta de compatibilidad cuando opera sin problemas con la estructura, el personal, y las características especiales de un negocio en particular.

Para comprender mejor la información contable pondremos atención en las cualidades de esta porque no solo es satisfacer adecuadamente sus objetivos, si no que como ya se menciona la información contable debe ser comprensible, útil y en ciertos casos se requiere que además la información sea comparable.

- 1) "La información es comprensible cuando es clara y fácil de comprender.
- 2) La información es útil cuando es pertinente y confiable.
- 3) La información es pertinente cuando posee el valor de realimentación, valor de predicción y es oportuna".⁽¹¹⁾

⁽¹⁰⁾ *Ibid.* http://www.gestiopolis.com/la_contabilidad_y_el_sistema_contable.htm

⁽¹¹⁾ *Ibid.* http://www.gestiopolis.com/la_contabilidad_y_el_sistema_contable.htm

No olvidemos que la contabilidad es de gran importancia porque todas las empresas tienen la necesidad de llevar un control de sus negociaciones mercantiles y financieras. Así obtendrá mayor productividad y aprovechamiento de su patrimonio. Por otra parte, los servicios aportados por la contabilidad son imprescindibles para obtener información de carácter legal.

“La gente que participa en el mundo de los negocios: propietarios, gerentes, banqueros, corredores de bolsa, inversionistas utilizan los términos y los conceptos contables para describir los recursos y las actividades de todo negocio, sea grande o pequeño. Aunque la contabilidad ha logrado su progreso más notable en el campo de los negocios, la función contable es vital en todas las unidades de nuestra sociedad. Una persona debe explicar sus ingresos y presentar una declaración de renta. A menudo, una persona debe proporcionar información contable personal para poder comprar un automóvil o una casa, recibir una beca, obtener una tarjeta de crédito o conseguir un préstamo bancario. Las grandes compañías por acciones son responsables ante sus accionistas, ante las agencias gubernamentales y ante el público. El gobierno, los estados, las ciudades y los centros educativos, deben utilizar la contabilidad como base para controlar sus recursos y medir sus logros”. (12)

Es importante mencionar que un gerente comercial u otra persona que este en posición de tomar decisiones y que carezca de conocimientos de contabilidad, probablemente no apreciara hasta que punto la información contable se basa en estimativos mas que en mediciones precisas y exactas esto porque mas adelante observaremos que actualmente el rumbo de la contabilidad va más allá de lo tangible por ello el autor “Pablo L. Belly considerado como un pionero de la gestión del conocimiento en Latinoamérica y reconocido como uno de los máximos exponentes por ejemplo del capital intelectual en Hispanoamérica habla de lo tangible a lo intangible que haré referencia mas adelante”.(13)

Por el momento se puede concluir que la contabilidad, como se conoce actualmente, es el producto de toda una gran cantidad de prácticas mercantiles disímiles que han exigido a través de los años, el mejorar la calidad de la información financiera en las empresas. La contabilidad hacia el siglo XXI se ve influenciada por tres variables Tecnología, Complejidad y globalización de los negocios, Formación y educación. Un sistema de información contable comprende los métodos, procedimientos y recursos utilizados por una entidad para llevar un control de las actividades financieras y resumirlas en forma útil para la toma de decisiones. Un sistema de información bien diseñado ofrece control, compatibilidad, flexibilidad y una relación aceptable de costo / beneficio. La importancia de la contabilidad es reconocida y aceptada por cualquier ente privado o gubernamental los cuales están plenamente convencidos que para obtener una mayor productividad y aprovechamiento de su patrimonio, así como para cualquier información de carácter legal son imprescindibles los servicios prestados por la contabilidad. La administración de un patrimonio, para ser eficiente, precisará de la ayuda de la contabilidad, la cual proporciona todos los datos requeridos para la toma de decisiones de una empresa basadas en informaciones técnicas y razonadas.

(12) *Ibid.* <http://www.gestiopolis.com/la-contabilidad-y-el-sistema-contable.htm>

(13) <http://www.GestiónDelConocimiento.com/pbelly.htm>

2.7 Importancia de la información contable

No podemos dejar de un lado lo importante que es considerar la normatividad básica que contiene la información contable a que nos hacen referencia los principios de contabilidad por ello no olvidemos que la información debe permitir a los administradores identificar, medir, clasificar, registrar, analizar y evaluar todas las operaciones y actividades de la organización.

Porque también para que las personas que tienen algún negocio en el cual presta servicios, tiene una empresa de producción o realiza cualquier actividad de comercio debe llevar un registro continuo de su actividad económica, es por ello que se hace necesario que se implemente un tipo de lineamiento que le permita tener la información necesaria para la evaluación de su entidad.

Por lo tanto la información contable debe tener cierto tipo de cualidades que satisfagan las necesidades de los usuarios, este debe ser comprensible, útil, clara, pertinente, confiable, oportuna, neutral, verificable, comparable y debe representar fielmente los hechos económicos de la empresa y servir a lo siguiente:

“Conocer los recursos, obligaciones y resultados de las operaciones de la empresa. Apoyar a los usuarios de esta en la planeación, organización y administración de la actividad empresarial.

- 1) Evaluar la gestión de los administradores.
- 2) Tomar decisiones de corto y largo plazo.
- 3) Establecer las obligaciones con el estado.
- 4) Fijar operaciones de control.
- 5) Evaluar el impacto social de la empresa”.⁽¹⁴⁾

2.8 Normas básicas que contienen la información contable:

Ente económico: Este es la empresa, tiene que ver con la actividad económica organizada como una unidad, respecto del cual se controlan los recursos. Debe distinguirse y definirse como un ente diferente de los otros.

Continuidad: La empresa debe especificar la duración de funcionamiento y operación, si no fuera así debe expresarse en las notas. Una entidad puede llegar a cerrar cuando: Obtiene pérdidas continuas, deficiencias en el capital de trabajo o flujos negativos de caja. Incumple obligaciones, no puede acceder al crédito y constantes refinanciamientos. Se le imponen sanciones jurídicas, huelgas o imprevistos naturales.

Unidad de medida: Todos los recursos y hechos económicos deben expresarse en una misma unidad de medida entendida como la moneda funcional de cada país en el cual opera la empresa.

⁽¹⁴⁾ Pág. Web. <http://www.gestiopolis.com/> la información contable base del análisis

Periodo: La empresa debe preparar estados financieros durante su existencia. Según las disposiciones legales las entidades deben presentar esta información por lo menos una vez al año.

Medición y Valuación: Todos los hechos económicos deben ser cuantificados en la unidad de medida y según las disposiciones legales de cada país, establecer los criterios de valuación, en este caso tenemos:

El valor histórico es el que representa el importe original consumido en el momento de la realización de un hecho económico.

El valor actual o de reposición es el que representa el importe en efectivo o en su equivalente, que se consumiría para reponer un activo o se requeriría para liquidar una obligación en la actualidad.

El valor de realización o de mercado es el que representa el importe en efectivo o en su equivalente, en que se espera sea convertido un activo o liquidado un pasivo.

El valor presente o descontado es el que representa el importe actual de las entradas o salidas netas que generaría un activo o un pasivo, una vez hecho el descuento de su valor futuro a la tasa pactada.

Los siguientes puntos son de acuerdo al punto de vista que tiene Giovanni Gómez en su artículo llamado, la información contable: base del análisis financiero publicado en Internet, de tal forma que como antecedentes en Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados. Es importante mencionar que aunque las leyes puedan cambiar de un país a otro, la normatividad esta basada en los mismos principios para toda la profesión contable.

“Esencia sobre forma: Los hechos económicos deben ser reconocidos de acuerdo con su esencia o realidad económica y no únicamente en su forma legal.

Realización: Solo se pueden reconocer hechos económicos realizados. Esto quiere decir que el hecho pueda comprobarse, como consecuencia de transacciones o eventos pasados en el cual se tendrá un cambio en los recursos o se presenta un sacrificio económico.

Asociación: Se deben asociar con los ingresos de cada periodo los costos y los gastos, puesto que estos son los que realmente dan la certeza de los beneficios o los sacrificios económicos.

Mantenimiento del patrimonio: Se entiende que la empresa obtiene utilidades por su operación, es por ello que se debe hacer una evaluación del patrimonio financiero (aportado) y del patrimonio físico (operativo)”. (15)

(15) *Ibíd.* Pág. <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no.12/doctrina.htm>

Revelación plena: El ente económico debe informar en forma completa toda la información arrojada por la actividad económica para que esta sea evaluada y analizada correctamente para así precisar la situación financiera, los cambios en el patrimonio, el resultado de las operaciones y la capacidad para generar flujos positivos de efectivo.

Importancia relativa o materialidad: Un hecho económico se considera material cuando su conocimiento o desconocimiento puede alterar sustancialmente las decisiones de los usuarios de la información. Al preparar los estados financieros, la materialidad se debe determinar con la relación que esta tenga con el activo total, al activo corriente, al pasivo total, al pasivo corriente, al capital de trabajo, al patrimonio o a los resultados del ejercicio según corresponda.

Prudencia: Cuando no se puedan medir de manera confiable y verificable un hecho económico realizado, se debe optar por la posibilidad que tenga menos posibilidades de sobreestimar los activos y los ingresos, o de subestimar los pasivos y los gastos.

Practica de la actividad: Procurando en todo caso la satisfacción de las cualidades de la información, la contabilidad debe diseñarse teniendo en cuenta las limitaciones impuestas por las características y prácticas de cada actividad". (16)

En la página anterior hemos hecho referencia a que independientemente de los diferentes puntos de vista que se tengan con respecto a los principios de contabilidad, siempre se tendrán como antecedente a los mismos, ya que estos son conceptos básicos que establecen la delimitación e identificación del ente económico, las bases de cuantificación de las operaciones y la presentación de la información financiera cuantitativa por medio de los estados financiero.

Sobre los principios de contabilidad quiero hacer mención de un autor llamado Horacio López Santiso, que en su libro, Contabilidad, Administración y Economía, hace una reflexión sobre estos diciendo, "que son convencionales, o sea que su aceptación general depende de un acuerdo y no de una derivación formal de algún conjunto de postulados o conceptos básicos. Los principios se han formulado sobre la base de la experiencia, la razón, la costumbre, el uso y en gran medida la necesidad práctica". (17)

Ahora después de haber contado con un amplio panorama sobre lo que significa la contabilidad, con base a principios de contabilidad abordaremos el tema de contabilidad financiera y las características fundamentales que debe tener la información contable ya que estas son los antecedentes de esta teoría.

(16) *Ibíd.* Pág. <http://www.gestiopolis>

(17) Horacio López Santiso, *Contabilidad, Administración y Economía*, Ediciones Macchi, p.33

3. Contabilidad Financiera y los Activos

3.1 Definición de Contabilidad financiera y sus características.

“La contabilidad financiera es una técnica que se utiliza para producir sistemáticamente y estructuralmente información cuantitativa expresada en unidades monetarias de las transacciones que realiza una entidad económica y de ciertos eventos económicos identificables y cuantificables que la afectan, con objeto de facilitar a los diversos interesados el tomar decisiones en relación con dicha entidad económica.”.(18)

“Con respecto a las características fundamentales que debe tener la información contable los principios de contabilidad mencionan los siguientes.

1) La utilidad es una de las características de la información contable, esta es la cualidad de adecuarse al propósito del usuario. Esta información esta en función de su contenido y de su oportunidad y su contenido informativo esta basado en: La significación de la información, es decir, en su capacidad de representar simbólicamente con palabras y cantidades la entidad y su evolución, su estado en diferentes puntos en el tiempo y resultados de su operación.

2) Oportunidad es el aspecto esencial de que llegue a manos del usuario cuando este pueda usarla para tomar sus decisiones a tiempo para lograr sus fines. (18)

3) Confiabilidad esta es la característica por la que el usuario la acepta y utiliza para tomar decisiones basándose en ella. Este crédito que el usuario da a la información esta fundamentado en que el proceso de cuantificación contable, o sea la operación del sistema, es estable, objetiva y verificable, estas características abarcan la captación de datos, su manejo (clasificación, reclasificación y cálculo), y la presentación de la información de los estados financieros.

4) Estabilidad, indica que su operación no cambia en el tiempo y que la información que produce ha sido obtenida aplicando las mismas reglas para la captación de los datos, su cuantificación y su presentación. Sin embargo, la necesidad de estabilidad en el sistema no debe ser un freno a la evolución y perfeccionamiento de la información contable.

5) Objetividad- Imparcialidad, la objetividad del proceso de cuantificación contable implica que las reglas del sistema no han sido deliberadamente distorsionadas y que la información representa la realidad de acuerdo con dichas regla.

6) Sustancias económicas sobre el tema, los principios de contabilidad deben reflejar en las situación financiera y en los resultados de las entidades los efectos de las transacciones que realizan lo que quiere decir que a pesar de sus transacciones jurídicamente necesitan de todo un proceso de documentación es desde un panorama de su situación financiera sus efectos es mas que eso una formulación jurídica”.(19)

(18) PCGA. p.4

(19) Ibid. PCGA. p11-13

7) Verificabilidad, de toda la operación del sistema permite que pueda ser duplicado y que se pueda aplicar pruebas para comprobar la información producida, ya que son explícitas sus reglas de operación.

8) Provisionalidad, de la información contable significa que no presenta hechos totalmente acabados ni terminados. Ya que la necesidad de tomar decisiones obliga a hacer cortes en la vida de la empresa para presentar los resultados de operación y la situación financiera y sus cambios incluyendo eventos cuyos efectos no terminan a la fecha de los estados financieros. Esta característica, más que una cualidad deseable, es una limitación a la precisión de la información.

9) Costo-Beneficio, la relación entre estos es una limitación más que una característica. Ya que los beneficios derivados de la información contable deben exceder el costo de obtenerla, sobre los costos no necesariamente recaen en aquellos usuarios que disfrutaron de los beneficios ya que estos pueden disfrutarse también por usuarios distintos a aquellos para los que la información financiera fue preparada.

10) Equilibrio de las características cualitativas, es importante considerar que debe existir un equilibrio entre la relevancia y confiabilidad para obtener la mayor utilidad. Es decir se requiere analizar con juicio la importancia relativa de esas características cualitativas para lograr el equilibrio y conseguir la máxima utilidad de la información". (20)

Una vez hecha la referencia sobre lo que es la contabilidad financiera podremos concluir que estas características son esenciales de los estados financieros por lo tanto el de contener la información que permita llegar al juicio indicado sin omitir información básica ni incluir información excesiva que los pueda hacer confusos.

Con objeto de que los estados financieros básicos tengan estas características, se preparan de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados. Consecuentemente las transacciones y eventos económicos efectuados por la empresa, son cuantificadas y reveladas de acuerdo con los principios de contabilidad y reglas particulares que se han establecido al respecto.

3.2 Los Estados Financieros básicos

- 1) El balance general ó estado de situación financiera, que muestra los activos, pasivos y el capital contable a una fecha determinada.
- 2) El estado de resultados, que muestra los ingresos, costos y gastos y la utilidad o pérdida resultante en el periodo.
- 3) El estado de variaciones en el capital contable, que muestra los cambios en la inversión de los propietarios durante el periodo.
- 4) El estado de cambios en la situación financiera, que indica como se modificaron los recursos y obligaciones de la empresa en el periodo.

(20) *Ibid.* PCGA. p.13, 58

Nosotros dedicaremos el estudio básicamente a un concepto que debería estar integrado en un estado financiero que es el del balance general o estado de situación financiera, específicamente nos referimos a el activo intangible.

3.3 El concepto, objeto y la clasificación del balance general ó estado de situación financiera.

“Este estado muestra, en unidades monetarias, la situación financiera de una empresa o entidad económica en una fecha determinada. Tiene el propósito de mostrar la naturaleza de los recursos económicos de la empresa, así como los derechos de los acreedores y de la participación de los dueños o accionistas. Si el estado de situación financiera es comparativo, muestra además los cambios en la naturaleza de los recursos, derechos y participación de un periodo a otro”. (21)

Continuando con la estructura del balance general o estado de situación financiera este se divide principalmente en tres grandes categorías sin embargo solo abordaremos el concepto del activo y sus implicaciones.

3.4. El Activo

3.4.1 Definición del activo.

El activo puede definirse como el conjunto de bienes y derechos reales y personales sobre los que se tiene prioridad, así como cualquier costo o gasto realizado no devengado a la fecha del estado de situación financiera, que debe aplicarse a ingresos futuros.

El Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A. C., en su boletín A-11, emitido por la Comisión de Principios de Contabilidad, lo define de la siguiente manera:

“Activo es conjunto o segmento cuantificable, de los beneficios económicos futuros fundamente esperados y controlados por una entidad representados por efectivo, derechos, bienes o servicios como consecuencia de transacciones pasadas o de otros eventos ocurrido”.

El concepto se refiere tanto al activo total, como a cualquier partida individual o a determinado conjunto de partidas. Si bien no está señalado expresamente en la definición, la cuantificación, a una fecha determinada de los beneficios económicos esperados, debe poseer los atributos de significación y confiabilidad.

Según su naturaleza y finalidad, los activos de la empresa quedan comprendidos, fundamentalmente, en alguna de las siguientes categorías:

(21) [http:// www.universidadabierta.edu.mx/biblio/M/Análisis de edos financieros 05.htm](http://www.universidadabierta.edu.mx/biblio/M/Análisis de edos financieros 05.htm)

- 1) “Los que son dinero, en cuyo caso su cuantificación no podrá exceder al valor nominal de las partidas.
- 2) Los que representan un derecho a recibir un flujo de dinero. Su cuantificación tendrá como límite superior el monto del efectivo que se espera recibir.
- 3) Los que se tienen para ser vendidos (o para ser transformados y posteriormente venderse). La cantidad asignada a éstos, no podrá ser mayor al valor de realización de los mismos.
- 4) Los que se tienen para usar. A éstos no podrá asignarse una cantidad superior a su valor de uso.
- 5) Los que representan un derecho a recibir un servicio. Su cuantificación no podrá exceder el monto que se pagaría por ellos a la fecha de los estados financieros”.(22)

3.4.2 Clasificación del Activo.

“El activo se clasifica en circulante y no circulante. Los activos circulantes se identifican con el ciclo financiero a corto plazo y los no circulantes con el ciclo financiero a largo plazo. Para ser circulantes, deben transformar los conceptos en efectivo en término no mayor de un año o del ciclo financiero a corto plazo de la entidad, si el ciclo es mayor de un año. Los activos no circulantes, por el contrario, deben transformar sus conceptos en efectivo en un término mayor de un año o del ciclo financiero a corto plazo de la entidad, si el ciclo es mayor de un año”. (23)

Dando seguimiento haremos referencia a que los principios de contabilidad limitan los estados financiero en sus conceptos ya que dentro de esta información se encuentra nuestro objeto de estudio, así como también recordaremos adelante porque de la necesidad de sujetar la formulación de los estados financieros con principios de contabilidad

3.4.3 limitaciones en el uso de estados financieros.

“Los estados financieros no son exactos ni las cifras que se muestren son definitivas. Esto sucede así porque las operaciones se registran bajo juicios personales y principios de contabilidad que permiten optar por diferentes alternativas para el tratamiento y cuantificación de las operaciones, las cuales se cuantifican en moneda.

(22) *Ibid. PCGA. p.46*

(23) *[http://www.universidadabierta.edu.mx/Análisis de edos financieros 05.htm](http://www.universidadabierta.edu.mx/Análisis%20de%20edos%20financieros%2005.htm)*

El usuario de los estados financieros debe tener presente, entre otros, los siguientes conceptos:

- 1) Las transacciones y eventos económicos son cuantificados con reglas particulares que pueden ser aplicadas con diferentes alternativas. Los estados financieros los mostrarán de acuerdo con la aplicación de la alternativa seleccionada.
- 2) Los estados financieros proporcionan información expresada en moneda, de las transacciones efectuadas por la empresa y de su situación financiera resultante de esas transacciones. Sin embargo la moneda es únicamente un instrumento de medición dentro de la contabilidad, y deberá considerarse que tiene un valor que cambia, en mayor o menor grado en función de los eventos económicos.
- 3) Por lo tanto, se obtiene información cuantificada de los eventos económicos que han afectado a la empresa, pero los estados financieros, especialmente el estado de situación financiera, no pretenden presentar cual es el valor del negocio, sino que únicamente presenta el valor, para el negocio, de sus recursos y obligaciones cuantificables. **Sin embargo los estados financieros no cuantifican otros elementos esenciales de la empresa, tales como los recursos humanos, el producto, la marca, el mercado, etc.**
- 4) Asimismo por referirse a negocios en marcha, por estar basados en varios aspectos en estimaciones y juicios hechos para efectuar los cortes contables o periodos, y por el hecho de que se preparan en base a reglas particulares de valuación y presentación, los estados financieros no pretenden ser exactos”.⁽²⁴⁾

Por lo tanto hemos considerado los puntos anteriores como antecedentes, para poder contar con un amplio contenido que sirva de base para nuestro objeto de estudio y que mejor que los propios principios nos mencionan algo sobre el tema que a continuación especificaremos poco a poco comenzando con la definición de activos intangibles y su evaluación.

3.4.4 Definición de Activo Intangible.

Formando parte de los no circulantes en algunas empresas aparecen ciertos activos denominados intangibles, los cuales se mencionan a continuación.

Los principios de contabilidad en su boletín C-8 los define así: “Son aquellos identificables, sin sustancia física, utilizados para la producción o abastecimiento de bienes, prestación de servicios o para propósitos administrativos, que generaran beneficios económicos futuros controlados por la entidad.

Existen dos características principales de los activos intangibles los cuales son:

⁽²⁴⁾ *Ibid. PCGA p.58*

- 1) "Representan costos que se incurren, derechos o privilegios que se adquieren con la intención de que aporten beneficios específicos a las operaciones de la entidad durante periodos que se extienden más allá de aquel en que fueron incurridos o adquiridos. Los beneficios que aportan son en el sentido de permitir que esas operaciones reduzcan costos o aumenten los ingresos futuros.
- 2) Los beneficios futuros que se esperan obtener se encuentran en el presente, frecuentemente representados en forma intangible mediante un bien de naturaleza incorporea, o sea, no tienen una estructura material ni aportan una contribución física a la producción u operación de la entidad. El hecho de que carezcan de características físicas no impide que se les pueda considerar como activos legítimos. Su característica de activos se la da su significado económico, mas que su existencia material específica".(25)

3.4.5 A continuación algunas definiciones de activos intangibles:

- 1) "Crédito Mercantil. Es el activo intangible que proviene de la compra de un negocio y puede consistir en uno o más intangibles, identificados o no, que no pueden ser valuados individualmente en forma confiable. Su elementos pueden tener vidas útiles económicamente distintas. Ejemplo de estos pueden ser: nuevos canales de distribución, sinergia de fuerzas de venta y un equipo administrativo superior. En vista de que estos elementos no pueden ser valuados en forma separada de manera confiable, son contabilizados de manera colectiva como crédito mercantil o exceso del costo en la adquisición de activos netos de una entidad.
- 2) Investigación. Es una búsqueda original y planeada que tiene el propósito de adquirir nuevos conocimientos científicos o técnicos, con la expectativa de que resulten útiles para desarrollar un nuevo producto o servicio, un nuevo proceso o técnica que permita lograr una mejora significativa de un producto o proceso existente.
- 3) Desarrollo. Es la aplicación de los resultados encontrados en la investigación y otros conocimientos a un plan o diseño para la producción de materiales nuevos o sustancialmente mejorados, dispositivos, productos, procesos, sistemas o servicio previos al inicio de la producción o uso comercial".(26)

3.4.6 Elementos de la definición de activo intangible y algunas consideraciones.

Los elementos distintivos en la definición de un activo intangible son:

- 1) Debe ser identificable
- 2) Debe proporcionar beneficios económicos futuros fundadamente esperados
- 3) Debe tenerse control sobre dichos beneficios

(25) *Ibid. PCGA. p.480*

(26) *Ibid. PCGA. p.481*

Sin una partida no cumple con todos los elementos de la definición, los desembolsos para adquirirla o generarla deben ser reconocidos como un gasto cuando son incurridos.

Continuando con lo puntos anteriores un activo intangible puede ser fácilmente distinguido de otros activos si se puede separar o si es posible identificar los beneficios económicos futuros que genere a la entidad. Este es separable si la empresa puede rentar, vender, intercambiar o distribuir el beneficio económico futuro específico, atribuible al activo, sin disponer de los beneficios económicos futuros que fluyen de otros activos utilizados en la misma actividad de obtención e ingreso.

En el caso de la adquisición de un activo junto con un grupo de activos, la transacción debe involucrar la transferencia de derechos legales que permitan a la empresa identificar al activo intangible. Así, se desarrolla se crean derechos legales para la empresa. Por lo tanto, la naturaleza de esos derechos debe ayudar a la empresa a identificar el activo generado.

En cuanto a los elementos a considerarse para identificar los activos intangibles además de los anteriores haremos referencia a los siguientes:

“Encontramos el beneficio económico futuro fundadamente esperados que fluyan de un activo intangible pueden estar incluidos en los ingresos sobre la venta de los productos o servicios, ahorros en costos u otros beneficios resultantes del uso del activo por la empresa.

En el control una empresa controla un activo si tiene el poder para obtener beneficios económicos futuros que fluyan del recurso y, además, pueda restringir el acceso de otros sobre dichos beneficios. La capacidad de una empresa para controlar los beneficios económicos futuros de un activo intangible normalmente proviene de derechos legales. En ausencia de derechos legales es más difícil demostrar el control; sin embargo, el hacer cumplir los derechos legales no es la única condición para ejercer el control, dado que una empresa puede controlar el activo que genera los beneficios económicos futuros de alguna otra forma. Los conocimientos del mercado junto con los conocimientos técnicos deben dar origen a los beneficios económicos futuros. Una empresa controla esos beneficios si, por ejemplo, el conocimiento está protegido por la ley así como por restricciones a través de acuerdos o tratados comerciales, o bien, por derechos legales sobre empleados para que mantengan la confidencialidad”. (27)

En el siguiente punto encontramos lo que dicen los principios de contabilidad generalmente aceptados en su párrafo 24 sobre lo que no se esta comprendido dentro de los activos intangibles objeto de nuestro estudio.

La administración y el talento técnico no están comprendidos dentro de la definición de un activo intangible, debido a que la empresa tiene control insuficiente sobre los beneficios económicos futuros esperados que pudieran originar, excepto que estén protegidos por derechos legales para usuarios y para que ayuden a obtener beneficios económicos futuros esperados, además de cumplir con los otros elementos de la definición de activo intangible.

(27) *Ibid. PCGA. p.482.*

“En ausencia de derechos legales, cuando una entidad desarrolla una cartera de clientes, participación de mercado, relación con clientes, lealtad de clientes, entre otras, usualmente tienen control insuficiente sobre los beneficios económicos futuros. Por lo tanto será necesario evaluar y demostrar otra forma de control para cumplir con este elemento de la definición de activo intangible.

Dando seguimiento a algunas otras consideraciones importantes, tales como que con frecuencia las empresas emplean recursos, para la adquisición, desarrollo, mantenimiento o mejora de recursos intangibles, tales como conocimiento científico o tecnológico, diseño e implementación de nuevos procesos o nuevos sistemas, licencias, propiedad intelectual, conocimientos comerciales o marcas, otros ejemplos comunes de partidas que esta comprendidas en esta amplia denominación son los programas informáticos, las patentes, los derechos de autor etc”. (28)

Sin embargo no todos los activos descritos anteriormente cumplen con los elementos de la definición de activo que si no cumplen con los elementos, las reglas, el importe derivado de su adquisición o de su generación interna se reconocerá como gasto del periodo en el que se incurra.

3.4.7 Reconocimiento y valuación inicial de un activo intangible.

“Su reconocimiento requiere que una empresa demuestre que la partida cumpla con:

- 1) La definición de activo intangible
- 2) La identificación y cuantificación de los beneficios económicos futuros usando supuestos razonables que representen la mejor estimación de la administración del conjunto de condiciones económicas que existirán durante la vida útil del activo intangible.
- 3) Que la valuación inicial sea a su costo, de acuerdo con el principio de valor histórico original.

Es importante mencionar que el costo de un activo intangible comprende su precio de compra, incluyendo derechos de importación e impuestos, así como cualquier desembolso directamente atribuible a la preparación del activo para el uso al que se destina, de este encontramos un ejemplo, honorarios profesionales por servicios legales. Cualquier descuento comercial y rebaja se deduce para llegar al costo”. (29)

3.4.8 Importancia de los Activos Intangibles conforme a principios

“Ante el tema de los activos intangibles en las nuevas formas de hacer negocios en la actualidad, se considero pertinente adecuar y actualizar el Boletín C-8, ya que este habla específicamente de estos activos.

(28) *Ibid. PCGA. p.482, párrafo 24*

(29) *Ibid. PCGA. p.483, párrafo 29*

Para esto los principios consideran los aspectos más relevantes que son los siguientes:

- 1) El establecimiento de lineamientos y criterios específicos para el tratamiento contable de los costos de investigación y desarrollo.
- 2) Los costos preoperativos de identificación plenamente como de investigación. Estos costos identificados plenamente como de desarrollo y que pudieran ser reconocidos como un activo intangible, deben cumplir con los criterios para su capitalización.
- 3) Las reglas de valuación se presentan con una secuencia lógica basado en el ciclo de vida del activo, considerando el reconocimiento y valuación inicial del activo intangible, el reconocimiento de un gasto, los desembolsos posteriores y valuación posterior al reconocimiento inicial.

Siguiendo con los que nos dice el boletín el objetivo es establecer los criterios para el reconocimiento de los activos intangibles así como su tratamiento contable, a través de sus reglas particulares de valuación, revelación y presentación”. (30)

Continuando con los activos intangibles es importante mencionar otras consideraciones.

“Para evaluar si un activo intangible generado califica para su reconocimiento como tal, se requiere:

- 1) Distinguir la existencia del activo intangible identificable.
- 2) Delimitar el punto en el tiempo en el cual generará probables beneficios económicos futuros.
- 3) Determinar el costo del activo confiablemente. En algunos casos, el costo de generar un activo intangible no puede distinguirse del costo de mantener o incrementar el valor generado internamente de la empresa contra el de las operaciones primarias o normales de la misma.

“Para determinar si un activo intangible generado cumple con los criterios para su reconocimiento, una empresa debe clasificar la generación del activo dentro de:

- 1) Fase de investigación
- 2) Fase de desarrollo

“En la fase de investigación lo más importante desde mi punto de vista sería que estos deben ser reconocidos como un gasto en el periodo en que son incurridos. Esto se debe a que la naturaleza de la investigación es tal que no hay certeza suficiente de que se realizaran beneficios económicos futuros, como resultado de los desembolsos específicos durante la fase de investigación”. (31)

(30) *Ibid. PCGA. p.479*

(31) *Ibid. PCGA. p.487parrafo 48-50*

“Algunos ejemplos de actividades típicamente incluidas es investigación son:

- 1) Actividades dirigidas a obtener nuevos conocimientos.
- 2) La búsqueda, evaluación y selección final de aplicaciones de los hallazgos de la investigación u otro conocimiento.
- 3) La búsqueda de alternativas para materiales, herramientas, productos, procesos, sistemas o servicios”.(32)

“En la fase de desarrollo por su naturaleza de las actividades en esta fase, en la cual el proyecto esta mas avanzado que en la fase de las actividades de investigación, la empresa puede, en algunos casos, determinar la probabilidad de recibir beneficios económicos futuros.

Los costos de desarrollo o en la fase de desarrollo de un proyecto, son activos intangibles cuando se cumplen todos los criterios siguientes:

- 1) El producto o proceso esta claramente definido y el costo atribuible al producto o proceso puede ser identificado por separado, así como valuado confiablemente con base en beneficios económicos esperados.
- 2) La factibilidad técnica de completar el producto o proceso de manera que este disponible para su uso o venta.
- 3) La empresa tiene la intención y habilidad de producir y mercadear o usar el producto o proceso.
- 4) La existencia de un mercado para el producto o proceso (si ha de ser usado internamente y no vendido) o su utilidad para la empresa debe ser demostrada.
- 5) Existen recursos adecuados o puede demostrarse su disponibilidad para completar el producto o proceso.

Ejemplo de algunas actividades típicamente incluidas en desarrollo son:

- 1) El diseño, construcción, así como prueba de modelos de pre-producción y pruebas de prototipos y modelos.
- 2) El diseño, construcción y prueba de alternativas de materiales, herramientas, productos, procesos, sistemas o servicios nuevos o mejorados”.(33)

(32) *Ibíd. PCGA. p.487 párrafo 51*

(33) *Ibíd. PCGA. p.488 párrafo 54, 56,58*

3.4.9 Que es lo que se dice en cuanto a la valuación de empresas y de los activos intangibles

Uno de los puntos que considero esenciales incluir dentro del tema es que: ¿Qué se puede decirse de todos los esfuerzos bien intencionados? Pues que hacen mucho ruido, pero dan pocas nueces. ¿Y qué lección se puede extraer? Muy difícil: sencillamente que las entidades reguladoras, las que fijan las normas profesionales y los especialistas académicos no pueden iniciar nuevas prácticas sobre los informes que contemplen nuevas métricas si no cuentan con el respaldo de la comunidad empresarial. Los ejecutivos que administran empresas que necesitan capital tienen la responsabilidad de proporcionar la información que los inversionistas necesitan. El éxito de la revolución de valueing reporting depende de que los ejecutivos se unan a esta iniciativa. En cuanto lo hagan, otros les apoyarán. Pero, hasta que los directivos no lideren la iniciativa, no ocurrirá nada, o al menos nada bueno. Sería altamente satisfactorio que los estados financieros y otros informes sobre las métricas claves de gestión y sobre los factores importantes relativos al valor empresarial estuvieran basados en un conjunto de normas validadas por auditores independientes competentes y respaldados por las entidades reguladoras.

También se dice que existe otro gran problema y es que cada país tiene sus propias reglas sobre la comunicación externa en lo que respecta a normas y prácticas contables, a los mecanismos reguladores y de aplicación y a los principios de dirección empresarial. Cuando cada país tenía su gran mercado de capitales independiente, este problema no existía, pero la situación ha cambiado como consecuencia de la globalización de las empresas. Las empresas multinacionales que operan en los mercados de productos de muchos países deben dar a conocer sus resultados en éstos, utilizando las convenciones contables locales. Estos resultados pueden ser diferentes de cómo sería si se utilizaran las convenciones contables del país de origen de las empresas. Sin embargo por lo general, tanto los resultados como los métodos utilizados para obtenerlos difieren según el país en que se calculen. Esto socava la credibilidad tanto de los cálculos realizados en un país como en el otro. Sin principios contables uniformes, la credibilidad de la contabilidad está en entredicho.

Una buena solución sería establecer una serie de normas contables internacionales, como las (IAS), que pudieran utilizar todas las empresas del mundo. “Y la creación de un conjunto global de normas de contabilidad constituirían un gran paso hacia adelante, ya que sentaría las bases para un lenguaje común entre todos los revolucionarios del Value Reporting”.⁽³⁴⁾

(34) Marca registrada de PricewaterhouseCoopers

CAPITULO III

III ANTE LOS NUEVOS ESCENARIOS EN LA VALUACIÓN DE EMPRESAS Y DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES EN CONTABILIDAD.

4.1 Panorama del desafío que presentan la contabilidad al arribar el siglo XXI.

Ahora después de tener una introducción a lo que son los activos intangibles según normatividad y encontrar que efectivamente tradicionalmente la contabilidad no ha incluido en los estados financieros algunos activos intangibles de lo cual ahora se intenta enfatizar sobre el tema, por tal motivo a continuación nos enfocaremos con mas detalle. Que como ya anteriormente hemos hecho referencia, un poco sobre el nuevo escenario que enfrenta el contador público en el siglo XXI, ahora es importante retomar el tema con la finalidad de contar con antecedentes que nos ayuden a comprender mejor el tema de valuación de empresas y creación de valor, específicamente con respecto al enfoque en el capital humano y para ello comenzaremos con un amplio panorama sobre lo que significa la valuación.

Antes de entrar en el tema recordaremos un poco sobre él capitulo anterior, y para ello decíamos que: “En la era industrial, el recurso estratégico es el capital monetario, en la nueva era de la información, el recurso clave esta cambiando al conocimiento y a la creatividad, lo cual significa un nuevo enfoque hacia el capital humano. Pero este factor humano también necesita asumir un nuevo rol y pensar y actuar como hombres y mujeres del siglo XXI; como verdaderos arquitectos y constructores de un nuevo mundo”. (1)

Ha esto último puedo agregar a lo que se hace mención en el libro de gestión humana: “El cerebro humano tiene ilimitadas posibilidades de cambiar de paradigmas. Puede ordenarse y reordenarse a si mismo, y es capaz de integrar y trascender antiguos conflictos. Todo lo que viene a dislocar el antiguo orden establecido en nuestra vida es un desencadenante potencial de transformación, de una puesta en movimiento, hacia una mayor madurez, hacia una apertura y un poderío acrecentados. Sólo el hombre es arquitecto de su destino. La mayor revolución de nuestra generación es que los seres humanos, cambiando la actitud interior de su mente, puede cambiar los aspectos exteriores de sus vidas”. (2)

Como se decía anteriormente el salto al conocimiento aplicado a la tierra y a los instrumentos tecnológicos, en los primeros momentos de la historia productiva, colocó a su generador, el hombre productivo, en una condición de sujeto y a su vez de recurso. Con el advenimiento de la sociedad administrada por el conocimiento, el hombre de finales de siglo XX e inicios del siglo XXI se ve involucrado en un contexto de sociedad instruida, en la cual su aprendizaje constituye el instrumento de defensa y seguridad vital más importante para orientarse a si mismo en el sistema social de organizaciones. Si bien el mundo industrializado ha alcanzado un cambio trascendental en el desarrollo del conocimiento, por si mismo no constituye una sociedad del conocimiento, pues este concepto se resiente en el contraste de lo que la sociedad hace con el conocimiento que posee.

(1) Horacio López Santiso. *Contabilidad, Administración y Economía*, p. 63,64

(2) Ferguson, Marilyn. *La conspiración de Acuario*, Madrid, Editorial Kairós, 1990, p.51

Y no olvidemos que la información y la comunicación constituyen un pilar fundamental del conocimiento. “El conocimiento por si mismo no genera valor; debe ser concatenado en un proceso de transformación y valorización humana.

El talento, identificado con la capacidad y habilidad para administrar el conocimiento, sólo se potencia con base en la mayor optimización de lo que se sabe. Igualmente, es necesario desplegar las potencialidades en habilidades que deben ser aplicadas a los procesos en busca de la realización de las competencias”. (3)

Por lo que es importante observar que el crecimiento del negocio y el aumento de la competencia nos empuja a la reestructuración de la empresa, porque no podríamos sobrevivir si no nos adaptamos a la nueva situación, lo que va a suponer cambios para todos los integrantes del negocios.

“El conocimiento se enfocaría dentro de la intangibilidad de la cual se encuentra dificultades para medirla, porque no se puede tocar, ver, manipular, etc., pero es una cuestión de apreciación y nada mas que el mercado de hoy debe poder apreciarlas. A medida que transcurrieron los años el concepto de capital fue evolucionando desde lo tangible a lo intangible.”(4)

Siendo así el capital humano el saber, las capacidades, habilidades, un conocimiento que cada individuo tienen y genera.

Y es importante mencionar que para que las compañías realmente puedan optimizar los frutos del conocimiento es necesario pasar de una estructura de conocimiento individualista a una estructura grupal, donde todos los integrantes de la organización aportan su porción de conocimiento. De lo contrario es probable que el conocimiento no tenga un valor trascendente.

Sin embargo existen fundamentos y antecedentes sobre el tema de la valuación de empresas y creación de valor que abordaremos a continuación.

4.2 Introducción a la valuación de empresas.

El tema a cual nos enfocaremos ha cobrado importancia tanto en nuestro país como en otras economías por lo cual las compañías deben buscar de manera genuina y comprometida, el crear valor para las mismas y accionistas.

(3) *Arelylly Cara Fernández, Gestión Humana, Editorial. Mc Graw Hill. P.98*

(4) <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/55/titq.htm>

“Las empresas reconocen que tener productos o servicios de excelencia ya no es suficiente, tampoco lo es él enfocarse solo en utilidades este sería el punto de partida para entender mejor el tema. Se dice que ahora la clave de las empresas es:

- 1) Rendimiento sobre capital superior a los de la competencia
- 2) Alcanzar niveles de crecimiento sostenible
- 3) Administrar de manera activa los riesgos a los que están expuestas las empresas.

Así como tener un conocimiento relativo a como medir, administrar y comunicar el valor de las empresas.

Por lo que podemos observar durante las últimas décadas, muchas compañías han experimentado una profunda transformación de sus negocios y del entorno en el que operan. Como ya hemos venido diciendo la globalización, los constantes cambios tecnológicos y el incremento en la sofisticación de los mercados indican que las empresas exitosas se encuentran bajo una presión que nunca antes habían vivido”.⁽⁵⁾

Y no esta de mas mencionar a uno de los lideres mundiales en el tema de cómo medir y reportar el valor, que es el despacho PricewaterhouseCoopers, ya que en una publicación de la cual causo gran impacto en el mundo de los negocios pues cuestiona de una manera abierta e imparcial la utilidad de los reportes tradicionales y plantea un nuevo modelo de reporte.

Otro de los puntos a considerar es que con frecuencia las decisiones estratégicas son la principal fuente de las ventajas competitivas: desarrollando productos, adquiriendo nuevas tecnologías y utilizando diversas formas de asociación buscando aprovechar las ventajas comparativas y acceder otros mercados ya que la determinación de valor de las empresas para decisiones estratégicas requiere del desarrollo de modelos que utilicen la teoría de valuación como una herramienta objetiva.

Debemos reconocer que el generar valor en las compañías es mas que una filosofía de crear valor, ya que este podría ser el objetivo principal de cualquier empresa, si una empresa no genera valor se puede decir que no es sostenible en el largo plazo, si los dirigentes de las mismas entidades no son capaces de observar lo que esta pasando a su alrededor y no solo esto si no que también puedan incorporar estos nuevos enfoques a sus organizaciones correrán el riesgo de extinguirse.

Hablar de temas como la valuación de empresas y la creación de valor es fundamental en nuestros días, sin embargo este no es un tema de novedad porque, desde su inicio, las finanzas, como área de estudio independiente de la economía, sin dejar de formar parte de ella, se han orientado, a través de la figura del administrador financiero, a obtener utilidades para los accionistas, lo que ha representado, desde siempre, generar valor para la empresa.

⁽⁵⁾ El contenido de este tema esta fundamentado en el libro de Valuación de empresas y creación de valor; UNAM, IMEF, PricewaterhouseCoopers, pp270

Es necesario difundir esta información valiosa para la toma de decisiones orientadas a lograr su crecimiento con base en la generación de valor para que las empresas cuenten con métricas que les permitan tener.

Para comprender mejor el tema es importante identificar los valores tanto de los activos tangibles e intangibles de una empresa que ya hemos descrito en temas anteriores parte de lo que nos dicen con respecto a los activos intangibles.

A continuación primeramente hablaremos de lo que significa la creación de valor en el ambiente administrativo de las empresas.

4.3 Un acercamiento al significado de Creación de valor

“Para poder comprender mejor el tema será necesario definir el término valor por lo cual este tiene varios parentescos que van desde un extremo a otro moviéndose desde lo moral hasta lo estrictamente material para así encontrarnos con diferentes definiciones como las siguientes:

- 1) Principio ético
- 2) Tener la cosa a un precio determinado
- 3) Lo que vale una persona o cosa
- 4) Precio elevado
- 5) Cualidad del alma que mueve a acometer resueltamente, o arrostrar sin miedo los peligros.
- 6) “Expresión o representación que se atribuye a un número
- 7) Cualidad de las cosas en cuya virtud se da, por poseerlas, cierta suma de dinero, o algo equivalente.
- 8) Estimación o apreciación de una cosa
- 9) Calidad de valiente, decisión, coraje
- 10) Grado de utilidad o aptitud de las cosas para satisfacer las necesidades o proporcionar bienestar o deleite.
- 11) Cualquier documento que representa la propiedad de un bien”.⁽⁶⁾

De lo anterior se puede destacar como importante que algunas definiciones ofrecerán ideas convenientes que sirvan de apoyo dentro del tema.

Sin embargo para contar con una definición que permitan acercarnos más al entendimiento de la creación de valor dentro de las empresas mencionare lo siguiente:

“Es aquella que afirma que el valor es la cualidad de las cosas en cuya virtud por poseerlas se da o, o agregaríamos, se está dispuesto a dar cierta suma de dinero o algo equivalente.

De entrada podríamos pensar que esta definición de valor se aproxima a una igualdad de precio, sino que se refiere a la cualidad de las cosas por la cual se esta dispuesto a pagar por su propiedad en virtud de su uso o su oferta y demanda relativa en el mercado.

(6) Ibíd. Valuación de empresas y creación de valor p.1

Por otro lado los interesados en el mundo de los negocios, valor, tiene que ver con valor para los accionistas o con métricas de desempeño orientadas a la administración del valor. Con otras palabras el concepto de valor, en el ámbito de los negocios, está muy relacionado con las diferentes técnicas que se utilizan para definir valor de una empresa para fines de una transacción de compraventa de acciones, o para analizar el desempeño de las empresas, o bien para administrar a las empresas bajo el imperativo de crear valor para los accionistas". (7)

Para tener una idea del significado de lo anterior se menciona el siguiente ejemplo:

La contratación de una franquicia o una exclusividad sobre un producto o un servicios bien acreditado y con amplio mercado, o la incorporación a la empresa de un ejecutivo de prestigio y experiencia en cierta área en particular; casos en los que sin obtenerse un beneficio económico inmediato sí se incrementan los atributos de la empresa al poseer activos intangibles que se podrían traducir, a corto, mediano o largo plazo, en utilidades económicas y por ende en un incremento en el valor intrínseco de la empresa.

Con respecto al ejemplo anterior lo importante ha destacar es que los activos intangibles dentro de una organización siempre formaran parte esencial aunque como se ha dicho no obtendrás beneficios inmediatos empero futuros si, y no solo esto sino que se dará un valor extra.

Ahora hablaremos de la administración basada en valor de sí es una moda o que significa que se dice al respecto.

"En la década de los cincuenta, la atención principal estaba puesta en la producción y en esta forma se pretendía tener los equipos mas sofisticados y eficientes capaces de lograr una producción en gran escala y a los menores costos.

Posteriormente, en los años sesenta, surge el gran desarrollo de la mercadotecnia, la que se convierte en el centro de atención de la administración, cifrando en ella la principal característica competitiva de la empresa.

Más adelante, en la década de los setenta se da gran importancia a la estrategia como motor de crecimiento de las empresas y es donde surge la teoría de "administración por resultados", impulsada por Peter F. Druker.

En los años ochenta el tema central de conversación de todos los ejecutivos y de todos los cursos de capacitación estaba en los conceptos "calidad" y "mejora continua", que se convirtieron en el centro de atención de la administración bajo la inspiración de un grupo de "gurus" como Kaizen, Deming y Duchi. A finales de esta misma década florece la teoría de la administración en restricciones.

(7) *Ibid.p 1,2*

Durante la década de los noventa, la administración vuelca su atención hacia el cliente, surgiendo así lo que se conoció como “administración orientada al cliente”, la cual coloca a este personaje en la cima del interés y objetivo de la administración, justificando que todos trabajen buscando la satisfacción del mismo. “Finalmente la administración basada en el valor esta fundada en la vida económica que actualmente confrontamos. La creación de valor para los accionistas es fundamental para el éxito de cualquier empresa”. (8)

Encontramos fuerzas que han contribuido a la rápida transformación de los negocios orientada a la creciente conciencia de la importancia del valor para el accionista dentro de estas fuerzas destacan tres en particular:

Fuerzas que impulsaron la conciencia de la importancia del valor

- 1) Crecimiento y pulverización del capital privado
- 2) Globalización de los mercados
- 3) La Revolución de la información

Crecimiento y pulverización del capital privado

Esto ha conducido a un enorme crecimiento de los mercados de capitales, principalmente en países como los Estados Unidos, Japón. Y se busca invertir en diversas combinaciones de rendimiento de riesgo.

Globalización de los mercados

Gracias a varios convenios bajo acuerdos general de tarifas y comercio, estos han disminuido considerablemente las barreras arancelarias creando así un crecimiento lógico de comercio internacional y las empresas tienen que enfrentar con decisiones de donde y como apoyar esas ventas. Y gracias a esto las empresas no solo están compitiendo internacionalmente por clientes, productos y empleados, sino también por capital

La Revolución de la información

La creciente sofisticación de las telecomunicaciones y de la computación significa que ahora el dinero puede viajar por el mundo en cuestión de segundos. Adicionalmente, el advenimiento de desarrollo de software para computadoras personales. Esto permite enfocarse hacia la calidad de las estrategias de la empresa, sus productos y el conocimiento del mercado.

(8) *Ibid.* p.3

Por lo tanto el concepto de valor a través del tiempo, desde que la humanidad ha conducido las empresas y ha creado capital y riqueza. El valor ha sido una medida consistentemente usada por quienes tienen la libertad de invertir en diversas empresas y preservar e incrementar su capital.

Encontramos dos temas principales desde la perspectiva de las empresas en cuestión de valor:

1) El valor para el cliente.- Con respecto a este existe mucho trabajo realizado por escuelas de negocios y consultores. Líderes pensadores, incluido Michael Porter, han desarrollado modelos para analizar las fuerzas competitivas. Gary Hamel y C.K. Prahalad acuñaron el término competencia clave para describir los atributos que dan a una empresa una ventaja competitiva.

Además que el pensamiento estratégico apunta a que las necesidades del cliente estén reconciliadas con el pensamiento financiero detrás del valor para el accionista, esto es, debe buscar satisfacer al cliente siempre y cuando esto produzca, en el tiempo, rendimiento económico.

2) El valor para el accionista.- Las teorías acerca del valor para el accionista tienen una larga e ilustrativa historia, que se extiende desde los años cincuenta y sesenta, en las raíces intelectuales del trabajo de Markowitz, Modigliani, Miller, Sharpe, Lintner y Fama. Sus contribuciones fueron desde describir la relación entre riesgo y rendimiento y el desarrollo de teoremas para mercados eficientes, hasta la idea de un premio por riesgo y el concepto de que el valor de una empresa es más un reflejo de sus expectativas de desempeño que un resultado de su historia.

Con los puntos anteriores podemos observar que la importancia de crear valor para las empresas tiene que ver más allá que una simple moda, es una realidad con la que se están enfrentando las entidades por lo cual debemos contar con antecedentes sobre el valor y su significado así como lo que impulsó a dar importancia a la conciencia del mismo puntos esenciales en el desarrollo del tema ya que gracias a estos podremos saber la raíz del mismo.

Por esta razón es necesario introducir más antecedentes que respalden el tema, y para empezar entraremos con algunos indicadores que se están usando para valorar el desempeño de las empresas.

- 1) Rendimiento sobre la inversión. Se le conoce como ROI, por sus siglas en inglés, y establece un indicador como cociente de la utilidad neta y la inversión en activos. El ROI puede ser manipulado para bajar el valor de las inversiones y aumentar el indicador de rendimiento.
- 2) Rendimiento sobre capital. En inglés ROE. Genera un indicador que resulta de dividir la utilidad neta entre el capital contable. Frecuentemente, es usado como medida en un solo periodo y poco nos dice acerca del futuro. Aun usando varios años de ROI proyectado, pueden obtenerse resultados engañosos.

- 3) Rendimiento sobre la Inversión Operativa Neta. Este indicador fue desarrollado en México por el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE) y resulta de la división de utilidad de operación entre la inversión operativa neta, entendiéndose por ésta a todos los activos no financieros disminuidos de los pasivos también no financieros. Es decir, se trata de medir el rendimiento de los activos netos involucrados en la operación, que son los que están ligados con la utilidad de operación. Aun cuando el modelo está diseñado para partir de la utilidad de operación total, un mejor indicador se obtendría si se empieza de la utilidad de operación menos su correspondiente impuesto.

Sin embargo en el libro de valuación de empresas se menciona que: “Es cierto que estos indicadores son interesantes para medir la rentabilidad de la empresa o de su operación desde diversos ángulos, comparten la limitación derivada de la utilización de valores extraídos de la contabilidad tradicional que no ayudan mucho en los cálculos del valor”.

4.4 Algunos antecedentes en cuestión de valuación

Con respecto al sustento en el estudio de la valuación de empresa considero mencionar que en algunas de las economías más desarrolladas del mundo la valuación se ha convertido en una práctica profesional y para ello existe un organismo profesional en “Estados Unidos establecido en 1987, por un conjunto de organizaciones relacionadas con la práctica de valuación, el cual ha emitido un documento denominado (USPAP o principios).

- 1) El documento USPAP contiene lo siguiente:
- 2) Definiciones
- 3) Reglas éticas, competencia, desviaciones, excepción jurisdiccional, normas supletorias.
- 4) Diez normas y reglas normativas relacionadas con el desarrollo, asesoría y forma de elaborar informes de valuación
- 5) Declaración sobre las normas de valuación
- 6) Opiniones de asesoría

También existe un organismo multidisciplinario que certifica a valuadores profesionales en temas como, maquinaria y equipo, propiedad intelectual y valuación de empresas (ASA), de igual manera, ASA ha desarrollado un Comité de Valuación de Empresas, un conjunto de normas específicas (Business Valuation Standards) para la práctica de valuación de empresas, las cuales deben ser aplicadas de manera obligatoria por todos sus miembros”.⁽⁹⁾

Es de saber que la práctica o actividades de valuación en México se encuentra en pleno proceso de evolución y maduración.

⁽⁹⁾ *Ibid.* P.110

4.5. Nuevas tendencias sobre reportar creación de valor

Ante este punto, es importante incluir algunas consideraciones que de alguna manera nos indiquen que efectivamente están surgiendo nuevas formas o tendencias para valorar a la empresa y que también nos sirvan de fundamento para respaldar el objeto de nuestro estudio de las cuales encontramos las siguientes:

“La volatilidad, una de las razones que explica la gran volatilidad es que las métricas financieras tradicionales de utilidades y flujos de efectivo son muy poco significativas para empresas de alta tecnología. Para que las empresas obtengan una mayor confianza del mercado necesitan ofrecer información que induzca a éste a creer en la importancia de generar valor. Hacerlo representa un gran reto para muchas empresas porque gran parte de la información que el mercado necesita es no financiera, y todavía no se ha llegado a un consenso de cómo medir y reportar tal información”.⁽¹⁰⁾

Las nuevas métricas causan controversia.

Las nuevas métricas, el cómo medir adecuadamente el valor de los activos intangibles es un problema importante que debe ser resuelto, sin olvidar que hay otros. “En virtud de la corta historia que se tiene de usar nuevas y, algunas veces, exóticas métricas de valuación, no es sorprendente que se haya presentado una controversia como la generada alrededor de la valuaciones. Algunos ven las nuevas medidas como un nuevo tipo de matemáticas para una nueva economía; otros las consideran como un truco ingenioso para justificar las exorbitantes valuaciones y continuar utilizándolas para atraer a inversionistas incrédulos. Quienes manifiestan su preocupación por nuevos indicadores, como la razón precio/ventas, afirman que los analistas, en vez de aconsejar a los inversionistas sobre el valor de la empresa, racionalizan acerca de cuánto están éstos dispuestos a pagar, aunque se trate de una apuesta precipitada y no se hayan estudiado los aspectos fundamentales. Por otro lado, los críticos de las nuevas métricas les gustan usar la palabra manía debido a que ésta, según ellos ha sido utilizada anteriormente para justificar otras manías.

Las nuevas métricas en la nueva economía.

Estudios recientes de las empresas de Internet, ámbito en el que los nuevos indicadores están más extendidos y en el que levantan más controversia, sugieren que las nuevas métricas efectivamente están relacionadas con los precios de las acciones. Esto significa que el mercado hace la distinción entre empresas que tienen un buen desempeño y la que no lo tienen.

En ausencia de resultados positivos y de otras variables de valuación financiera tradicionales, la búsqueda de los generadores de valor es de considerable importancia para los inversionistas y los directivos”.⁽¹¹⁾

(10) Ibid. Valuación de empresas y creación de valor, p.118

(11) Ibid. p.122

La necesidad de nuevas métricas

El uso de nuevas métricas es aún reciente, ya que solamente estamos empezando a entender cuáles son más importantes. Sin duda, las nuevas medidas pueden ser y serán mal usadas, pero la necesidad de ellas es clara porque las viejas métricas financieras ya no aportan conclusiones acerca del valor.

También encontramos que hay estudios que demuestran que las utilidades reportadas son menos importantes para explicar el valor de largo plazo.

El crear y tomar decisiones de negocios para alcanzar o superar la expectativas es tratar de establecer los objetivos deseados y esperar que la gente se esfuerce al máximo para alcanzarlos; lo anterior se logrará trabajando con más ahínco, asumiendo riesgos y encontrando formas creativas para alcanzar los resultados. Es decir se trata de administrar o de dirigir los resultados, tema de gran interés para las empresas, los inversionistas y los académicos.

Utilidades, el falso profeta.

Las revoluciones surgen de los conflictos entre ideologías. “En la revolución de reportar el valor, las ideologías siguen a un falso profeta llamado utilidades reportadas. En realidad, las utilidades son menos importantes que otras métricas para valuar adecuadamente a una empresa. Una vez que los inversionistas se percaten de ello rechazarán a este falso profeta e irán en busca de la verdad. Las utilidades reportadas son una métrica del desempeño pasado.

Proporcionan a los accionistas y a los inversionistas información de qué tan bien se ha desempeñado una empresa en un periodo específico y relativamente corto, por ejemplo los reportes trimestrales, originalmente, tenían el propósito de dar a los inversionistas una idea del desempeño de las empresas; ahora, se han convertido en un fin en sí mismos disminuyendo la importancia de los reportes anuales”. (12)

Una consecuencia de estos reportes trimestrales es que el mercado y, por lo tanto, las empresas se han orientado demasiado al corto plazo. Y al respecto algunos argumentos a favor del corto plazo señalan que los reportes trimestrales son una buena disciplina para el mercado de capitales. El punto de vista opuesto es que el corto plazo causará que los directivos sacrifiquen la creación de valor en el largo plazo para satisfacer las presiones del corto plazo. Sin embargo se dice que existen evidencias de que los directivos creen que el enfoque del mercado a corto plazo no es bueno.

Pero considere importante este punto por el hecho de hacer notar que con frecuencia los directivos piensan que su actividad esta excesivamente orientada a corto plazo. Y causan problemas a la creación de valor a largo plazo. Sin embargo no existe una prueba definitiva en el sentido de que si el mercado presta menor atención al corto plazo se creará más valor. Lo cierto es que siempre ha existido y continuará existiendo controversia acerca de las utilidades, y unos de los ejemplos, es el debates acerca de la valuación de activos, el uso de costos históricos o de valores actuales,

(12) *Ibid.* p. 128,129

4.6 Regulación sobre las nuevas métricas de valor.

No obstante que el juego de las utilidades ha perdido gran parte de su importancia, la verdad es que nadie exige a las empresas que proporcionen información sobre medidas no financieras y sobre activos intangibles que el mercado necesita y desea conocer.

La fuerza de la nueva economía cada día atrae más el interés y la atención del mercado hacia una nueva serie de métricas de rendimiento, que los principios de contabilidad vigentes no prevén.

Hace unos diez años, antes de que la expresión “nueva economía” formara parte del lenguaje de los negocios, el American Institute of Certified Public Accountants (AICPA) formó un comité especial para informes financieros presidido por Edmund L. Jenkins, socio principal de Arthur Andersen. Conocido como Comité Jenkins, éste fue constituido con motivo de la inquietud existente sobre la relevancia y confiabilidad de los informes financieros y de las políticas de revelación que les son relativas.

En su informe final, mejorar los informes financieros: la perspectiva del cliente, publicado en diciembre de 1994, el comité concluye que las prácticas sobre informes utilizadas, que son sustancialmente las mismas que las que están en vigor en la actualidad, son inadecuadas. El rápido cambio provocado por el aumento de la competitividad y las nuevas tecnologías han impulsado nuevos modelos de 1) Organización y dirección, 2) Desarrollo de producto, 3) administración de riesgo; y 4) alianzas con otras organizaciones.

El informe del comité recalcó también que las empresas estaban desarrollando nuevas métricas sobre el rendimiento en las que incluyeron métricas no financieras como el periodo de planeación y desarrollo de productos y métricas financieras como valor económico- relacionadas con actividades que proporcionan valor a largo plazo y ventaja competitiva.

El mismo comité recomendó algunos cambios importantes a los informes financieros que las empresas ofrecen al mercado, por ejemplo, los siguientes:

- 1) Introducir información sobre el futuro que incluye los planes de la dirección de las empresas, sus oportunidades, los riesgos y las incertidumbres de medición.
- 2) Centrarse más en los factores que generan valor a largo plazo, incluidas las métricas no financieras que indican cómo se desarrollan los procesos empresariales clave.
- 3) Mayor coherencia entre la información que utilizan los directivos para dirigir la empresa y la que ofrecen al mercado.

Al igual que el Comité Jenkins, Wallman advirtió la necesidad de introducir cambios importantes en los sistemas y prácticas contables relativos a los informes financieros. Una de las deficiencias más importantes que detectó fue la ausencia total de referencias a los activos tales como la propiedad intelectual, las marcas comerciales, los derechos de autor y el capital humano.

* Esta parte está fundamentado en; *valuación de Empresas y Creación de Valor*, p.132, 133

En 1996, Wallman organizó un simposio de alto nivel para discutir sobre el informe de los activos intangibles; además se preocupó por la oportunidad en la presentación de los informes.

A pesar del completo informe del Comité Jenkins y del respaldo tácito de Wallman, la respuesta a las recomendaciones propuestas no ha estado al nivel de las expectativas. Los directivos de las empresas adujeron numerosas objeciones, incluido el costo de la información adicional, el riesgo legal de hacerlo (sobre todo la información a largo plazo) y la posibilidad de que los competidores utilizarán dicha información para obtener ventajas competitivas.

Al informe del Comité Jenkins, Dennis Beresfor, entonces presidente de Financial Accounting Standards Board (FASB), declaró: “En mi opinión, la mayor parte de nuestros asociados no son partidarios de realizar cambios masivos en nuestro sistema de informes financieros. Yo preveo que el FASB va a tener que ser muy cuidadoso en ampliar su papel más allá de las cuestiones relativas a la documentación financiera tradicional”. Sin embargo, como muchos otros críticos del informe, estaba de acuerdo en que las empresas con mayor actividad tendrían que proporcionar más información al mercado. “si la historia nos ha enseñado algo sobre este asunto- afirmó es que, con el paso del tiempo, los directores financieros, casi con toda certeza, acabaran preparando cada vez más información”.

Lo importante de este punto es que efectivamente se detecto por el comité, la necesidad de introducir cambios importantes en los sistema y prácticas contables relativos a los informes financieros y que dentro de estas deficiencias se encuentra incluido al capital humano siendo este uno de los factores de mayor importancia dentro de la nueva economía, y en cuanto a esto lo grave es que existe una resistencia al cambio por parte de los asociados del mismo comité, que en mi opinión podrían ser más abiertos, claro sin olvidar el ser como se ha dicho muy cuidadosos en lo relativo al reporte de este tipo de información.

A pesar de las críticas formuladas a las recomendaciones del Comité Jenkins, no faltaron nuevas iniciativas de reporte corporativo similares. Por ejemplo, en octubre del año 2000, el Brookings Institution's Task Force on Understanding Intangible Sources of Value (Grupo de trabajo para el Estudio de las Fuentes de valor intangibles de la Institución de Brookings) publicó el informe *Uncen Wealth* (riqueza oculta) en el que se detallaban sus hallazgos y recomendaciones sobre la medición y la realización de informes sobre fuentes de valor intangibles.

Así que también el FASB creó un programa de investigación sobre informes empresariales para estudiar las mejores prácticas actuales en informes sobre métricas no financieras. Claro que surgieron otros que se cuestionaban preguntas como ¿Qué es el valor en la nueva economía? ¿La comunidad inversionista y los mercados financieros cuentan con la información adecuada para calcular el valor de las empresas?

** Esta parte esta fundamentado en; valuación de Empresas y Creación de Valor, p.134, 135*

Y uno de ellos fue el presidente de la SEC, Arthur Levitt, probablemente motivado por los altos valores en el mercado de las nuevas empresas relacionadas con Internet y la volatilidad extrema de las mismas, pidió a Jeffrey E. Decono de la Escuela de Dirección y Administración de Empresas de Yale, que formaran un equipo de expertos para dar respuesta a esto. Uno de los motivos que ha suscitado este interés es que la práctica contable sobre realización de informes actuales no logra proporcionar ni la transparencia adecuada ni una información de calidad sobre el futuro, que es de vital importancia para los accionistas, los inversionistas, los acreedores y otras figuras relacionadas con las empresas puedan valorar su rendimiento y su potencial.

Otra institución de interés sobre esto es el Instituto Canadiense de Contadores Públicos, ha patrocinado un programa que analiza las posibilidades que existen de informar a los consejos de dirección sobre las medidas relativas a la gestión no financiera; asimismo, se analizan tanto lo que se debería hacer como lo que se estaba haciendo. En Europa, la organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico patrocinó, a mediados de 1999, un simposio en Ámsterdam sobre la medición y los informes relativos al capital intelectual a la luz del importante crecimiento de activos intangibles de las empresas, entre los que se contemplan el capital humano como el elemento más importante.

Sin embargo, ya existen señales alentadoras como el Programa de Investigación sobre activos intangibles de la Escuela de Empresarios Stern, de la Universidad de Nueva York, dirigido por el profesor Baruch Lev. El Sr Lev formó un grupo integrado por directivos de empresas, académicos, contadores públicos, asesores y representantes de varios departamentos gubernamentales.

Es necesario comentar con respecto a este punto que anteriormente ya se ha dando un amplio panorama sobre la normatividad vigente aplicable a México conforme a principios de contabilidad generalmente aceptados, solo que la intención es poder incluir más antecedentes, sobre las instituciones interesadas al estudio del mismo.

4.7 Hacia un nuevo desarrollo en modelos en la valoración de negocios

Primero se hará referencia a un modelo para una mejor comunicación, este modelo denominado Value Reporting, desarrollado por la firma PricewaterhouseCoopers, sirve a las empresas como punto de partida para organizar el contenido de su proceso de divulgación de información. Este modelo consta de cuatro elementos:

- 1) Situación del mercado: se refiere a la descripción del entorno de la empresa
- 2) Estrategias para la creación de valor: el objetivo es comunicar la posición competitiva de la empresa y cómo pretender crear valor en su entorno para mejorarla.
- 3) Administración del valor: se trata de los objetivos financieros de la empresa, qué tan bien los está alcanzando y de directivos involucrados en su administración.
- 4) Plataforma de valor: se refiere a los generadores de valor no financieros necesarios para alcanzar los objetivos financieros.

A continuación se muestra el marco de referencia de Value Reporting.

Elementos externos Elementos internos

Entorno de mercado	Estrategias para creación de valor	Administración del valor	Plataforma de valor
*Entorno competitivo *Entorno regulatorio *Entorno macroeconómico	*Objetivos *Metas *Gobierno *Organización	*Rendimiento financiero *Situación financiera *Administración del riesgo *Rendimiento por segmento.	*Innovación *Marcas *Clientes *Personal *Reputación: *Social *Medio ambiente.

Dando seguimiento a lo anterior es importante explicar brevemente de que se tratan los entornos.

Entorno de mercado.

Revelar información de una manera efectiva empieza por describir el entorno de mercado, es decir, la posición de la empresa respecto de las fuerzas de mercado externas y los aspectos económicos y regulatorios que la afectan.

Una empresa bien dirigida define sus estrategias en el contexto de su visión del mercado en el que compete. Para ello tiene en cuenta a sus competidores y su posición en el mercado; una serie de supuestos anticipados relativos al crecimiento de la industria y de la economía; su visión del entorno regulador; su percepción de la tecnologías presentes y futuras.

Estrategias para la creación de valor

Es necesario que las empresas describan con el máximo detalle posible, aunque con algunas reservas, el plan de la empresa para competir en el mercado. Se debe comentar de manera explícita en dónde reside el potencial competitivo de la empresa y cómo piensa explotarlo. La estrategia refleja también los puntos débiles de la misma.

Una descripción completa de las estrategias para crear valor también debería incluir información de cómo la empresa pretende implantar sus estrategias a través de su estructura de organización y de sus procesos.

Administración de valor.

La creación de valor para el accionista depende del rendimiento financiero; es por ello que las empresas deberían informar sobre el grado de éxito alcanzado respecto de los objetivos propuestos y utilizar métricas de valor como punto de referencia para compararse con competidores y empresas de su mismo sector. Además, es necesario comunicar lo relativo a estructura de capital y a la administración de riesgo; de igual forma, sería muy útil que la información que proporcione la empresa sea por cada uno de los segmentos de mercado o unidades de negocio a fin de evaluar con mayor precisión la probabilidad de que una empresa tenga éxito en sus estrategias.

Plataforma de valor.

El rendimiento financiero, en sí, depende de que una empresa administre sus activos tangibles e intangibles de manera eficaz. Estos activos son internos (personal e innovación) y externos (clientes, marcas, proveedores, reputación de la empresa). Además de limitarse a comunicar las cifras de la evolución financiera y asumir que éstas reflejan todo el valor creado, los directivos deberían proporcionar información acerca de la calidad de los activos en su plataforma de valor y de cómo éstos generan valor para los accionistas.

Se plantea que si los directivos no facilitan información acerca de los elementos anteriores es porque no quieren. Éstos, aunque casi siempre disponen de los datos pertinentes que utilizan para la toma de decisiones internas, dan por sentado que los riesgos y los costos que deberán asumir son mayores que los beneficios que obtendrán. En la medida que cambien de opinión, los directivos encontrarán pocos obstáculos técnicos para revelar una cantidad de información sustancialmente mayor en lo que respecta a estos tres elementos del modelo.

Entre los activos, de naturaleza no financiera, se encuentran la innovación, el capital intelectual, los clientes, las marcas, la cadena de suministros, satisfacción de el personal y la reputación, medio ambiente, procesos, conocimiento, fortaleza de la cultura corporativa.

4.8 Consideraciones preliminares ante el reto que enfrentan los participantes en la valuación de reportar un nuevo modelo.

Dado que el objetivo principal del “juego de utilidades” ha perdido gran parte de su relevancia, las empresas deberían empezar a proporcionar al mercado la información sobre métricas no financieras y activos intangibles que desea y necesita.

Aun cuando nadie exige a las empresas que proporcionen este tipo de información tampoco hay quienes se opongan a que lo hagan.

Asimismo, los inversionistas no especuladores deberían apoyar cualquier iniciativa que disminuyera el poder del “juego de utilidades”. Los grandes inversionistas institucionales, que habitualmente adoptan una perspectiva de largo plazo, deberían utilizar su influencia para promover estos cambios y de hecho podrían hacerlo si comenzaran a requerir información adicional más rigurosa sobre el rendimiento en lugar de permanecer al margen como simples espectadores del “juego de utilidades”.

Sin embargo las técnicas para la medición de los activos intangibles no están tan desarrolladas como las de las métricas financieras tradicionales. Aunque la popularidad creciente de *Balanced Scorecard* prueba que las empresas continúan invirtiendo esfuerzos en desarrollar métricas no financieras generadoras de valor relacionadas con activos intangibles. Una de las categorías de medición mejor desarrolladas en la plataforma de valores es la de clientes debido a la urgencia por mejorar la relación entre éstos y la administración de la empresa. Una vez que la plataforma ha alcanzado un grado de confianza razonable, el personal directivos puede empezar a hacerla pública. Esto es algo que ya se hace, y en buen número de casos se trata de indicadores que han sido ratificados de alguna manera.

Por ejemplo las entidades reguladoras del mercado de valores tales como la Securities and Exchange Comisión (SEC) deberían pedir modificaciones del modelo de un informe financiero basado, en gran medida, en principios y normas establecidas en otra era.

Las entidades encargadas de la supervisión también deberían presionar para que los analistas se comporten de forma más responsable, animándolos, igual que a los inversionistas, a que no se centren únicamente en las utilidades previstas a corto plazo.

Las entidades que fijan las normas también deberían colaborar con los consorcios industriales en el desarrollo de nuevas normas para informar acerca de activos intangibles y otras vías de comunicación sobre indicadores de valor no financiero.

Al respecto opino que a pesar de no contar con un gran desarrollo de las técnicas de medición de los activos intangibles, comparadas con las técnicas de medición tradicionales, es importante voltear hacia este tipo de mediciones y que las grandes inversionistas institucionales, que habitualmente adoptan una perspectiva de largo plazo, deberían utilizar su influencia para promover estos cambios.

Posiblemente, el desarrollo de este cambio en la información debería seguir el camino de los principios de contabilidad. A finales del siglo XIX y principios del XX, las empresas, cuando empezaron a darse cuenta de que era necesario proporcionar información sobre sí mismas a los inversionistas, junto con las firmas de contadores públicos desarrollaron unas prácticas para realizar informes financieros, que luego fueron formalizados, adquiriendo el rango de principios de contabilidad generalmente aceptados.

Probablemente una de las nuevas métricas de información se desarrollaría mejor mediante un proceso impulsado por el mercado, que pudo haber sido el siguiente:

Un equipo de empresas, junto con otros miembros de la cadena de suministros de información (por ejemplo, analistas, inversionistas y otras organizaciones no lucrativas) y expertos externos (por ejemplo, las firmas de contadores públicos, centros de investigación, empresas de base de datos, académicos, consultores, agencias de medición) para saber cómo las empresas en un sector determinado miden o tratan de medir los generadores de valor que se han identificado. Los miembros del equipo revisarían las normas todas las veces que fuera necesario, de acuerdo con el ritmo del propio sector, para valorar su relevancia, confiabilidad, validez y valor con base en la experiencia real que genere su utilización.

Probablemente se requiere que la solución sea impulsada por los mercados por el siguiente motivo. El primero es que sin la participación voluntaria de las empresas no surgirán normas, a menos que los órganos reguladores intervengan de manera directa. Esto parece poco probable a corto plazo, ya que los entes reguladores en todo el mundo están ya muy ocupados con una serie de asuntos pendientes relacionados con aspectos puramente históricos de contabilidad financiera. Además, los directivos deben darse cuenta de que la solución reguladora externa tendría más probabilidad de adoptar un enfoque basado en reglas, mientras que una solución impulsada por el mercado y la autorregulación tiene más probabilidad de adoptar un enfoque basado en principios.

No hay duda de que los altos ejecutivos son quienes deben insistir en que el resto de los directivos articulen claramente sus modelos de negocio y definan las métricas que se emplearán para evaluar su gestión. Ante este panorama no debemos olvidar que en algunos casos, quienes son miembros de un comité de auditoría desempeñan un papel determinante para asegurar que el consejo de administración obtenga, como sea posible, tanta información financiera y no financiera pertinentes sobre activos tangibles e intangibles, incluida la información sobre la relación entre el riesgo asumido y los beneficios obtenidos. Otras de las cuestiones que se deben considerar es que tanto el consejo de administración o el comité de auditoría, adopten un papel activo para; exigir a la empresa que identifique la información financiera y no financiera clave que considere importante para crear y medir el valor.

Puede decirse que a medida que los indicadores estén más definidos y obtengan un mayor consenso, la mayoría de las empresas admitirán que quedarían en desventaja competitiva si no los adoptan. Este asunto es vital para poder impulsar el cambio, lo que se intenta transmitir aquí es que si estas medidas no son bien aceptadas por un consenso de mayoría, las empresas no aceptarían su desventaja competitiva.

Se espera, que el resultado sea normativo *light*. Esto será posible si los consorcios sectoriales de desarrollo de normas ejercitan su mejor criterio y se toman muy en serio su responsabilidad de desarrollar buenos indicadores y metodologías de medición confiable. Además se espera que los respeten con todo rigor. Lo que se espera es que tal vez nunca se llegue a tener indicadores universales para medir los intangibles y los indicadores no financieros de valor que se apliquen a todos los sectores. Nunca es un plazo demasiado largo, pero es muy poco probable que todos los sectores puedan ponerse de acuerdo alguna vez en indicadores comunes válidos para generadores de valor tales como el capital intelectual o la penetración del mercado. Y si esto es cierto, entonces nunca surgirán indicadores universales que cubran todas las variables no financiera. *Todo esto no significa que no vayan a surgir algunos indicadores de medidas universales aplicables a toda la industria, sino que éstos no deben ser un objetivo inmediato que condicione la obtención de avances reales.*

5. Antecedentes del capital humano.

Es importante hacer referencia al economista norteamericano Gary Becker, quien fue premiado con el Nobel por trabajar con el concepto de capital humano. Sin embargo por mucho tiempo su trabajo acerca de este tema fue ignorado y criticado por los principales economistas del mundo, por dedicar su estudio a dicho concepto al extender el dominio del análisis microeconómico a un amplio rango del comportamiento humano e interacción, incluyendo aquel que no tenía relación con el mercado. "Becker comenzó a estudiar las sociedades del conocimiento y concluyó con su estudio que su mayor tesoro era el capital humano que estas poseían, esto es, el conocimiento y las habilidades que forman parte de las personas, su salud y la calidad de sus hábitos de trabajo, además logra definir al capital humano como importante para la productividad de las economías modernas ya que esta productividad se basa en la creación, difusión y utilización del saber". (13)

(13) Pág. Web. <http://www.multitudes.samizdat.net/article>.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

El conocimiento se crea en las empresas, universidades, se difunde por medio de las familias, los centros de educación y los puestos de trabajo y es utilizado para producir bienes y servicios. Si bien antes se consideraba que la prioridad era el desarrollo económico y que luego vendría todo lo demás-educación, vivienda y salud- hoy es completamente diferente ya que la vinculación entre educación y progreso económico es esencial.

Hasta el siglo XIX, la inversión sistemática en Capital Humano no era importante para ningún país y los gastos en educación, sanidad y formación eran irrisorios. Sin embargo, con la revolución científica que se da a partir del siglo XIX, la educación, el conocimiento y las habilidades se convirtieron en factores decisivos para determinar la productividad de un trabajador. Como resultado de esta evolución, el siglo XX, y sobre todo a partir de los años 50 es la era del Capital humano en el sentido de que un factor condicionante primario del nivel de vida de un país es su éxito en el desarrollo y la utilización de las habilidades, los conocimientos, y los hábitos de sus ciudadanos esta es la era de las personas. Es fundamental entonces transformar nuestra visión, desde la economía a la economía humana, desde el capital de trabajo hacia el desarrollo, potencialización del Capital humano, que es lo que en esta década le dará la única ventaja competitiva sustentable en el tiempo a la empresa.

5.1 Importancia del enfoque en el capital humano.

Como sabemos la empresa de hoy no es la misma de ayer, los cambios que diariamente surgen en el mundo influyen notoriamente en el diario accionar de cada empresa; con esto, cada uno de los componentes de ella debe moldearse para ajustarse óptimamente a estos cambios. Cada factor productivo debe trabajar de manera eficaz en el logro de los objetivos que estos cambios conllevan; y es aquí donde se llega a realizar el tratamiento del recurso humano como capital humano, es a este factor a quien debe considerarse de real importancia para aumentar sus capacidades y elevar sus aptitudes al punto tal en que se encuentre como un factor capaz de valerse por si mismo y entregarle lo mejor de si a su trabajo, sintiéndose conforme con lo que realiza y como es reconocido.

La gestión que comienza a realizarse ahora ya no está basada solo en elementos como tecnología y la información; sino que la clave de una gestión acertada está en la gente que en ella participa. Lo que hoy se necesita es desprenderse del temor que produce lo desconocido y adentrarse en la aventura de cambiar interiormente, innovar continuamente, entender la realidad, enfrenar el futuro, entender la empresa y nuestra misión en ella.

Una herramienta indispensable para enfrentar este desafío es la gestión por competencias; tal herramienta profundiza en el desarrollo e involucramiento del capital humano, puesto que ayuda a elevar a un grado de excelencia las competencias de cada uno de los individuos envueltos en el que hacer de la empresa.

Continuaremos con que el capital humano; "es el aumento en la capacidad de la producción del trabajo alcanzada con mejoras en las capacidades de trabajadores. Estas capacidades realizadas se adquieren con el entrenamiento, la educación y la experiencia. Se refiere al conocimiento práctico, las habilidades adquiridas y las capacidades aprendidas de un individuo que lo hacen potencialmente. También es importante hacer referencia que como

sabemos la tecnología avanzada es indispensable para lograr la productividad que hoy nos exige el mercado, pero observamos que el éxito de cualquier emprendimiento depende principalmente de la flexibilidad y de la capacidad de la innovación que tenga la gente que participa en la organización. Además en la era actual, la tecnología y la información están al alcance de todas las empresas, por lo que la única ventaja competitiva que puede diferenciar una empresa de otra es la capacidad que tienen las personas dentro de la organización de adaptarse al cambio. Esto se logra mediante el fortalecimiento de la capacitación y aprendizaje continuo en las personas a fin de que la educación y experiencias sean medibles y más aún, valorizadas conforme aun sistema de competencias".⁽¹⁴⁾

Por lo que es necesario hacer referencia a los temas como: Hacia una cultura organizacional de la capacitación y evaluación del desempeño, con la intención de que se cuente con más elementos, del porque es importante enfocarse en el capital humano y porque no también de los beneficios.

Es importante precisar algunas de las ventajas de la capacitación dentro de la organización, que este instrumento proporciona tanto a las mismas organizaciones que la suministran, como a los empleados que la reciben. Empero esta lista que a continuación presento no omite acrecentar tanto como las necesidades de cada organización o individuo que compone esta pretenda. Ya que esta lista tiene por objeto dar razones a favor de que exista una capacitación eficaz en las organizaciones, par convencer a quienes tienen en sus manos la decisión de proporcionar dicha capacitación.

- 1) Crea, difunde, refuerza, mantiene y actualiza la cultura y valores de la organización, lo cual depende del grado de sensibilización, concientización, comprensión.
- 2) Clarifica, apoya y consolida los cambios organizacionales, mediante técnicas educativas modernas y la psicología humanista aplicada a la vida de la organización, lo cual crea un cambio de conducta del capacitado, siendo éste un indicador indiscutible de la efectividad en el aprendizaje.
- 3) Reduce los costes laborales por medio de la reducción del tiempo requerido para realizar las operaciones incluidas en la producción y del tiempo requerido para conseguir que el empleado inexperimentado llegue a un nivel aceptable de eficacia.
- 4) Reduce los costes de materiales y suministros por medio de la disminución de desechos y productos defectuosos.
- 5) Reduce los costes de personal por medio de la disminución de bajas, ausencias, accidentes, agravios y quejas.
- 6) Reduce los costes generales de administración por medio de la creación de un clima psicológico, que orienta las actividades de cada empleado hacia la consecución de los objetivos de la organización.
- 7) Eleva la calidad del desempeño, identificando previamente los casos de insuficiencia en los estándares de desempeño individual por falta de conocimiento o habilidades, tanto en el personal de nuevo ingreso como en individuos con un periodo razonablemente largo en el puesto.

⁽¹⁴⁾ Pág. Web. <http://www.gestiopolis.com/recursos>

- 8) Resuelve problemas, siendo la capacitación un eficaz proceso de apoyo para ello.
- 9) Habilita al capital humano para una promoción o ascenso, lo cual motiva al personal a continuar dentro de la organización. Este propósito se basa en programas de capacitación que permitan que la política de promociones sea una realidad al habilitar íntegramente al individuo para recorrer exitosamente el camino desde el puesto actual hacia otros de mayor jerarquía y que implica mayor responsabilidad.
- 10) Actualiza conocimientos y habilidades. Los cambios tecnológicos realizados en las organizaciones, produce a su vez modificaciones en la forma de llevar a cabo las labores. Visualizar estos cambios oportunamente redundará en un ánimo favorecedor del cambio y se logrará una implementación eficaz y mantenimiento del mismo.
- 11) Integra al personal a la organización.
- 12) Identifica los símbolos, valores y compromisos del personal respecto a su trabajo
- 13) Forma actitudes de calidad y productividad
- 14) Prepara administrativamente al personal de cualquier nivel
- 15) Adopta criterio, conocimientos y habilidades por parte del personal que permitan un buen liderazgo y encauzamiento de las energías de los demás.
- 16) Mejora el desempeño de la organización en cuanto a: ahorro, seguridad, calidad, expansión rentabilidad, adaptación, innovación, productividad, crecimiento.
- 17) Permite al empresario deducir de impuestos los gastos que lleguen a erogarse por concepto de la capacitación que proporcione a sus empleados.

Para finalizar consideraremos brevemente algunos métodos de valuación del capital humano.

5.2. Métodos de valuación del capital humano.

Por lo que actualmente, las personas en las organizaciones tanto públicas y privadas han pasado de ser concebidas como un coste a configurarse como una oportunidad y una fortaleza, que puede aportar un alto valor añadido a la misma. Recientemente, desde el Balanced Scorecard, Kaplan y Norton (2000) inciden en la importancia del aprendizaje y el crecimiento de los empleados. Por otro lado, en los modelos de calidad (EFQM)- European Foundation Quality Management, 1995), las personas son consideradas como clientes internos/ externos que construyen las organizaciones modernas.

“Ya que este Balanced Scorecard, creado por los autores mencionados tiene sus orígenes en un estudio realizado en 1990. Y ese estudio fue motivado por la creencia de que los enfoques entonces existentes de medición del desempeño, basado principalmente en las medidas de contabilidad financiera, se habían vuelto obsoletos y no estaban al tono de las habilidades que para crear valor económico futuro tenían las organizaciones”.(15)

Este concepto ha sido mencionado anteriormente como una de las técnicas de medición de activos intangibles con una alta popularidad.

(15) *Capital intelectual y Contabilidad del Conocimiento, Samuel Alberto Mantilla B., p.30*

Otro de los conceptos muy mencionados es el de Benchmarking el cual; “es un proceso que se recomienda cuando agrega valor al proceso de toma de decisiones. También se recomienda como una herramienta útil cuando las decisiones pueden producir un impacto significativo en el mejoramiento de las actividades y el cumplimiento de logros. El Benchmarking no es un proceso que deba elegirse cuando se investigan cosas rutinarias o asuntos de baja o mediana importancia. Tampoco es recomendable como una técnica de recopilación de información.

El cual dentro de sus objetivos hay tres cosas importantes a considerar: Factores críticos de éxito, la persona y sus necesidades, las características de la información que se va a recabar”.⁽¹⁶⁾

Los seres humanos que deseen saber como pueden ser; “mejores, cómo pueden mejorar y como puedan ser lo mejor posible. La respuesta esta en el coaching, ya que este nos dice a la gente que hacer; les ayuda a clarificar y controlar su vida. Les ayuda a las personas a evaluar lo que están haciendo ahora en su vida tomando en cuenta sus metas, sueños, valores e intenciones. Les abre nuevas opciones y conduce a cambiar, ayuda a la persona a superar los bloqueos mentales mas allá de lo que pensaba que era posible llegar. Este trabaja como una sociedad entre el coach y el cliente, ayuda a clarificar las metas, haciéndolas más retadoras y motivadoras, para luego alcanzar estas metas con la energía que emana de sus valores mas profundos, los coaches están entrenados para trabajar con la gente en todos los aspectos de la vida para ayudarles a alcanzar sus metas, vivir de acuerdo a sus valores y especialmente para que sean lo mejor que pueden ser”.⁽¹⁷⁾

El coaching surge como respuesta a la necesidad que actualmente enfrentan las empresas ante el reto de ser exitosas, en un entorno cada día más competitivo. “Es Coaching es un recurso de gran valía para la empresa: el “Coach” a través de su alianza con el ejecutivo, trabaja con el para lograr los objetivos de desarrollo establecido por la empresa y los suyos propios. El coach no define los objetivos, los apoya su función es acompañar al ejecutivo, aclarando, generando posibilidades, retando, descubriendo, alineando y orientando la acción, para que el cliente y la empresa alcancen las metas deseadas. A través de generar aprendizaje y cambios en el comportamiento, Coaching ha probado ser una herramienta muy eficiente para apoyar el progreso de las empresas.

Algunas de las áreas de acción en donde ha demostrado ser particularmente efectivo, son:

- 1) Acelerar el crecimiento de ejecutivos con alto potencial
- 2) Mejorar las habilidades de liderazgo
- 3) Desarrollar el liderazgo con inteligencia emocional
- 4) Mejorar la comunicación
- 5) Administrar el cambio
- 6) Aumentar la creatividad
- 7) Mejorar el manejo del tiempo”.⁽¹⁸⁾

⁽¹⁶⁾ Pág. Web <http://www.sanmiguel-de-allende.com/PFC.htm>

⁽¹⁷⁾ Ibid. pag. Web

⁽¹⁸⁾ Revista, *Talento Humano, reforma laboral en america latina; Año2, Num.3.*

6. Una visión global de los encuestados con respecto a lo que opinan de los capítulos.

Para ello se selecciono de forma aleatoria a distintos grupos de los cuales se encontraron el Colegio de Contadores Públicos de México, A.C., La División de Estudios de Posgrado de la FCA, La Facultad de contaduría y administración y el Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior de Comercio y Administración, en cada una de estas instituciones se aplico el cuestionario tanto académicos como alumnos. Cuyo diseño se presenta de la siguiente manera:

Nuevos paradigmas organizacionales y gestión del conocimiento: Un desafío para la contabilidad.

Fecha _____
 Sexo _____
 Edad _____

Lea cuidadosamente esta información y anote con una x según corresponda con respecto a su opinión.

0= poco, 1= Regular, 2= Ninguno, 3= Muy bien 4= Excelente

	0	1	2	3	4
1.¿Considera que los nuevas tendencias a que actualmente hace frente el contador público como (competitividad, calidad, responsabilidad, tecnología, políticas, innovación, creación de riqueza a los fenómenos del entorno general, las cambiantes necesidades) son aspectos por los cual tienen que transformarse acorde a aquellos cambios?					
2. ¿Estos retos son difíciles de aceptar?					
3. ¿Es responsabilidad del contador público responder a los cambios del entorno, debiendo emprender los correspondientes cambios internos?					
4. ¿Qué apertura muestra entre la forma tradicional (recursos tangibles) de hacer la presentación de la información y la nueva forma con los cambios en los sistemas que es la virtual?					
5¿El éxito de una organización dependerá en gran parte por la forma como responda el contador publico oportuna y eficazmente a las demandas de los clientes, estrategias y acciones de la competencia y a los fenómenos del entorno en general?					
6 ¿Considera que dentro del siglo XXI estamos dentro de una economía del conocimiento y las necesidades informativas han ido evolucionando. Por lo cual una de ellas ha sido de obtener información financiera útil para la toma de decisiones a información en tiempo real, comercio electrónico, medir activos intangibles para gestionar el conocimiento?					
7¿Usted piensa que como contadado publico tiene la necesidad de revisar los principios e instrumentos utilizados en su desempeño?					
8.¿Dentro de los nuevos escenarios económicos que se le presenta al contador público usted considera que se deben incluir en los activos intangibles el valor del (capital humano)?					
9.¿El valor de una empresa sé vera modificado o aumentado si se incluye el valor del capital humano?					
10.¿Existen métodos o conoce alguno que permita determinar el valor del capital humano?					
11.¿Estos métodos son confiables?					

Observaciones generales: escriba o describa con respecto al tema de tesis lo que considere.

De lo cual después de su respectiva aplicación se procedió al análisis mediante dos técnicas una que fue a través de graficas de pastel, porcentajes y la otra llamada de Clouster que se explicaran a continuación con más detalle.

7. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

7.1 Análisis de los resultados con respecto a la aplicación de encuestas, tablas y gráficos

Técnica de Clouster

Los académicos e investigadores de mercado se encuentran a menudo con situaciones cuya mejor forma de resolverlas es definiendo a grupos de objetos homogéneos que en este caso representan a individuos encuestados. Pero también pueden ser objetos, tal como personas, productos o incluso comportamientos humano. La técnica más utilizada para este fin es el análisis cluster o análisis de conglomerados (este representa cierta nube de puntos de las respuestas dadas por los encuestados y que comparten como atributo las similitudes de sus preferencias).

Esta técnica de análisis cluster agrupa a los individuos y a los objetos del mismo conglomerado. Son mas parecidos entre sí que a los objetos de otros conglomerados lo que se intenta es maximizar la homogeneidad de los objetos dentro de los conglomerados mientras que a la vez se maximiza la heterogeneidad entre los agregados o sea entre los grupos.

La técnica de clouster es la denominación de un grupo de técnicas multivariantes cuyo principal propósito es agrupar objetos (preguntas) o escalas de (ninguno, poco, muy bien, excelente) es decir en esta investigación pueden ser representados los objetos como encuestados, productos, u otros identidades de tal forma que cada objeto es muy parecido a los que hay en el conglomerado con respecto a un criterio de selección predeterminado. Los conglomerados de resultados encuestantes deberían mostrar un alto grado de homogeneidad interna (dentro del conglomerado) y un alto grado de heterogeneidad externa (entre conglomerados) esta técnica maneja un método de medición que se llama la SIMILITUD de las once preguntas realizadas a los encuestados. Esta similitud será medida de acuerdo a la distancia Euclidia que compara un par de observaciones.

Estas observaciones van a ser agrupadas bajo el método de análisis relacional denominado el vecino más lejano o (completa linkaje). Y va a ser expresada su gráfica en forma de un diagrama de árbol o dendograma, el cual tiene un método de jerarquización los que están mas parecidos entre si agrupan a los sujetos o a los individuos por sus atributos los más lejanos contienen a los demás. Se separan los grupos de manera visual donde sea los grupos contrastantes y esto permite clasificar a lo que se llama tipología o taxonomía de respuestas. (Hair Leatl 1999).

Estas técnicas son bastante utilizadas para estudios de Marketing donde incluyen encuestas de opinión con variables falsas "variables duming" que se aplican mucho a escalas estadísticas de tipo ordinal y no es conveniente trabajar escalas de tipo estadístico de tipo nominal que incluyen un sí o un no. Porque contraen la información y la polarizan. Las escalas de ordinal son las siguientes 0,1,2,3,4. Esta técnica de análisis de clouster son usados comúnmente en estudios de control de calidad de productos en las empresas en ingresos, egresos etc.

Estas técnicas permiten contestar la pregunta clásica de empresario o contador que variables son más comunes y cuales son más atípicas (Juran's 1988).

Esta técnica incluye los métodos "Q" que implican resolver la siguiente pregunta que tanto se parecen los objetos por su respuesta de escala ordinal es decir que tanto se parecen las preguntas con respecto a ninguno, poco, muy bien y excelente; sin embargo queda otra pregunta que tanto se parecen o se agrupan las escalas ordinales o variables falsas con respecto a las preguntas y este se llama método "R". Lo cual indica que es necesario sacar un análisis de conglomerados de este tipo de pregunta esto va muy ligado a la matriz de correlaciones de "R".

Se realizaron cinco muestreos a cinco sitios diferentes; los cuales fueron aleatorios en la forma de realizar las encuestas. El total de encuestas fueron 56 en todos los muestreos se procuró que las entrevistas a su vez fueran aleatorias con el propósito de evitar un sesgo de antemano. Los sitios de muestreo fueron: La División de Estudios de Posgrado y la División de Educación Continua de la FCA, Colegio de Contadores Públicos de México, A.C., Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior de Comercio y Administración (ESCA), La Facultad de Contaduría y Administración. No obstante es importante hacer hincapié con respecto al pequeño grupo seleccionados del muestreo, ya que solamente se tomo una pequeña muestra, porque si tan solo la matrícula de contadores actualmente en la licenciatura en la, "Facultad de Contaduría y Administración es de, 4371, en la División de Estudios de Posgrado, los alumnos son de 54, del doctorado, siendo 1406 de la maestría, en la División de Educación Continua participaron 7890, y el abarcar a todos los egresados en la profesión de contadores sería demasiado, considerando las antes mencionadas cifras porque en estas es en donde más se concentro el numero de encuestados".(19)

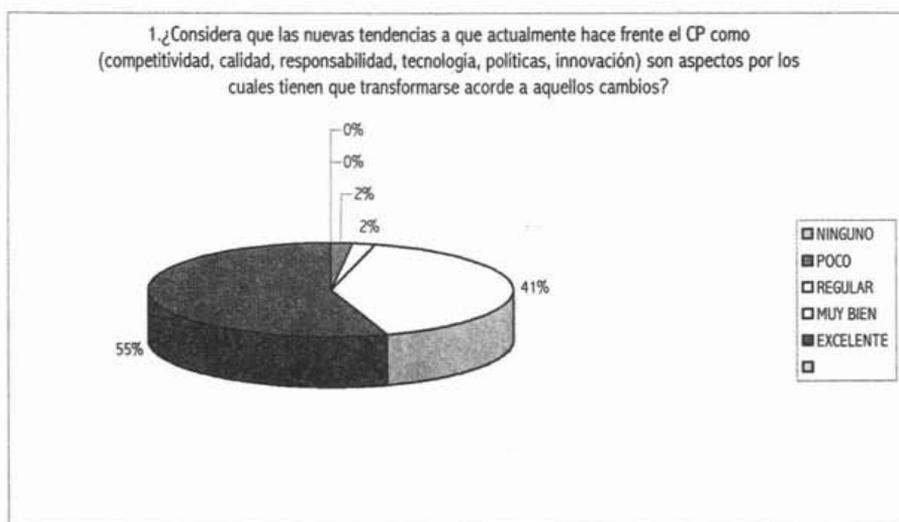
Con el fin de analizar la correlación entre las respuestas que mayor correspondencia presentan se efectuó una matriz de correlaciones (correlación de Pearson). Así mismo se clasifico a las tendencias de las preguntas, y por medio de una técnica de análisis exploratorio o análisis de conglomerados que permite clasificar o detectar o identificar el patrón de respuesta de opinión por medio de encuestas y que ha sido usado ampliamente en aspectos de clasificación de productos usados en mercadotecnia, y que ha sido propuesto por Jurans, que hablan sobre técnicas de control de calidad empresarial; a su vez esta técnica permite visualizar hipótesis de trabajo. Esta técnica es un método numérico para explorar o tipificar datos. Se utilizó en este método una métrica conocida como distancia Euclidiana. Para asociar las similitudes de las respuestas y de la escala ordinal (ninguno, poco, regular, muy bien, excelente) se agruparon los datos por medio de un método de ligamiento conocido como Compleat Linkage o conocido como el vecino más lejano.

(19) Pág.web. <http://server.contad.unam.mx/fca/estd-inf5.htm>

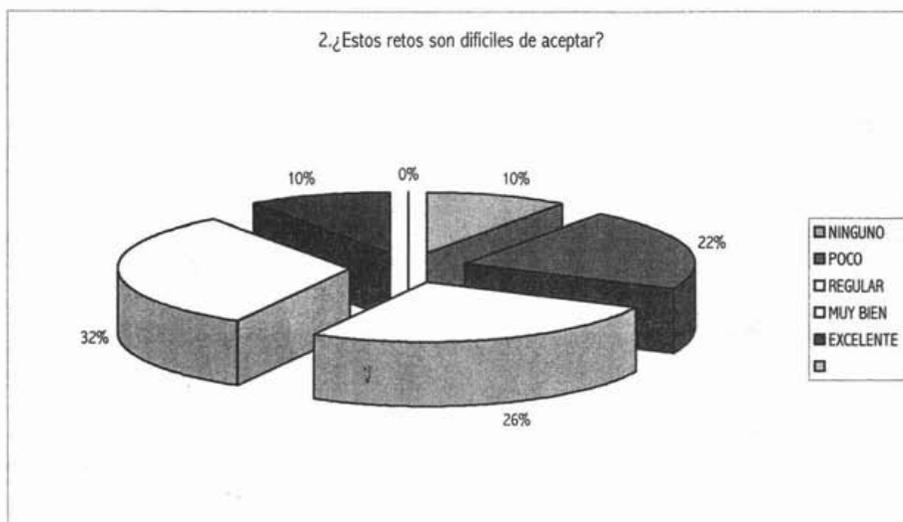
TABLA 1. DATOS DE FRECUENCIAS ORIGINALES DE 56 PERSONAS ENCUESTADAS

RESPUESTAS	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
NINGUNO	0	5	2	3	4	4	0	4	4	18	17
POCO	1	11	0	0	0	0	0	0	0	5	9
REGULAR	1	13	0	2	2	1	0	1	1	6	4
MUY BIEN	21	16	19	28	16	17	13	23	21	15	14
EXCELENTE	28	5	28	17	30	30	39	24	26	8	6

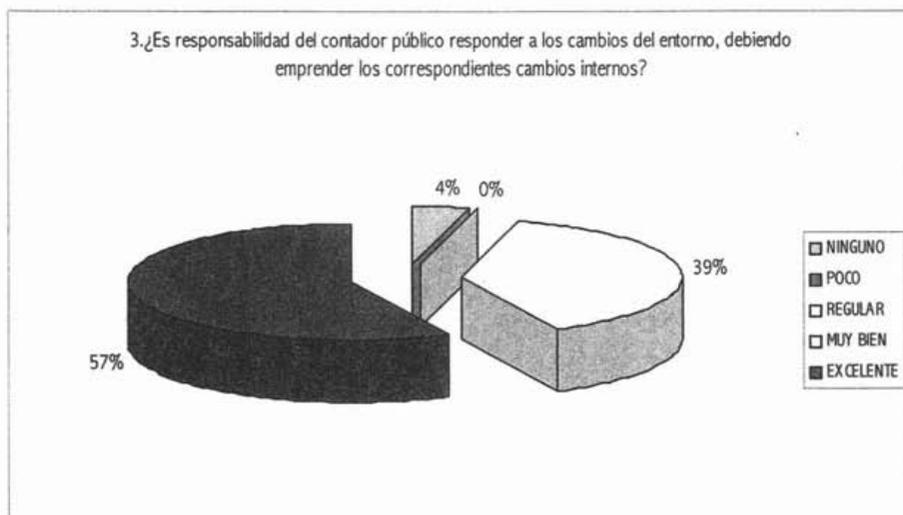
A continuación se representan los resultados obtenidos a través de las graficas de pastel por cada una de las preguntas.



Podemos observar con respecto a esta gráfica que efectivamente la inclinación de las respuestas es a muy bien y excelente si alcanzamos a revisar en las dos su tendencia es hacia estas respuestas. Están de acuerdo.

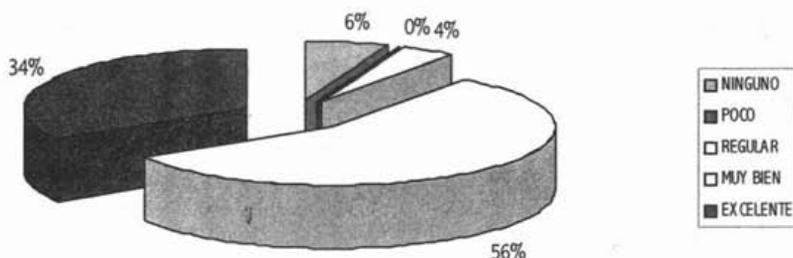


Efectivamente la inclinación de las respuestas es a muy bien y excelente si alcanzamos a revisar la tendencia es a que están de acuerdo.

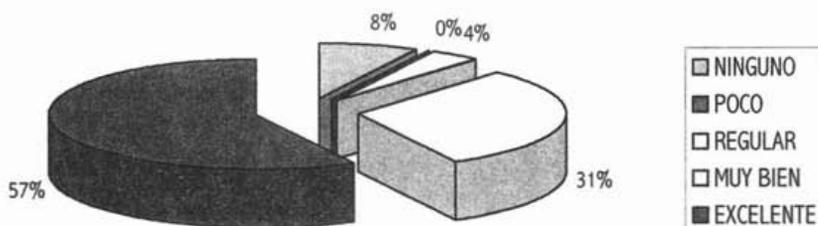


Dentro de esta gráfica podemos observar que la tendencia de las respuestas de los encuestados es hacia muy bien y excelente, lo que quiere decir que si es responsabilidad del contador público a responder a los cambios.

4. ¿Que apertura muestra entre la forma tradicional de hacer la presentación de la información y la nueva forma con los cambios en los sistemas que es el virtual?

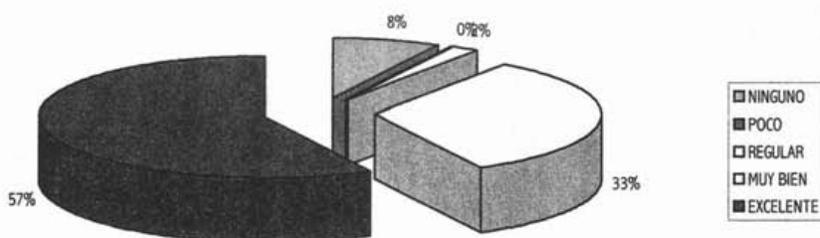


5. ¿El éxito de una organización dependerá en gran parte por la forma como responde el CP oportuna y eficazmente a las demandas de los clientes, estrategias y acciones de la competencia y a los fenómenos del entorno en general?

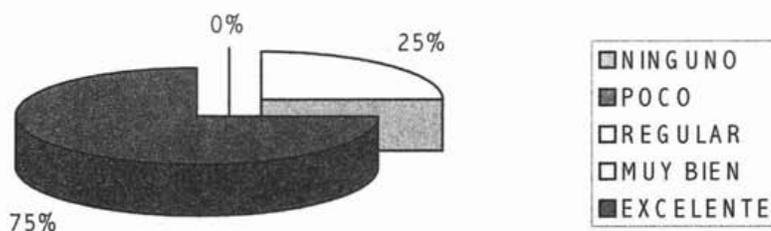


Observamos que los encuestados confirman que el éxito de las organizaciones dependerá de cómo responde el CP, ante las demandas del mercado ya que nos encontramos en una economía en la que las exigencias de la competencia son necesarias estos para sobrevivir

6. ¿Considera que dentro del siglo XXI estamos dentro de una economía del conocimiento y las necesidades informativas han ido evolucionando. Por lo cual una de ellas ha sido obtener información útil, medir activos intangibles para gestionar el conocimiento?

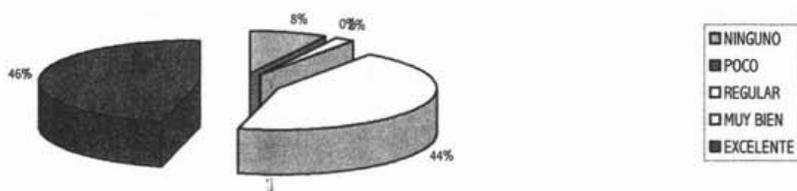


7. ¿Usted piensa que como contador público tiene la necesidad de revisar los principios e instrumentos utilizados en su desempeño?

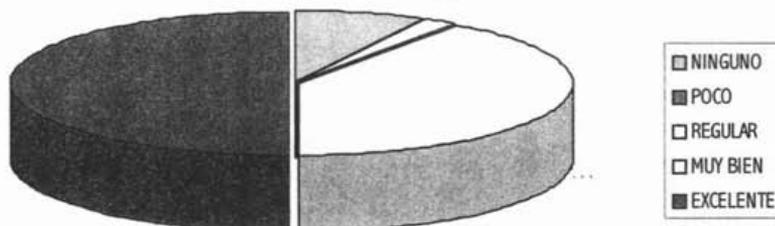


De estas dos gráficas podemos interpretar dos cuestiones muy importantes la primera es que las necesidades informativas han ido evolucionando y por lo tanto los contadores públicos tienen también la necesidad de revisar sus principios e instrumentos de desempeño de lo cual están totalmente de acuerdo en que siempre deben cuestionarse.

8. ¿Dentro de los nuevos escenarios económicos que se le presenta al contador público usted considera que se deben incluir en los activos intangibles el valor del (capital humano)?

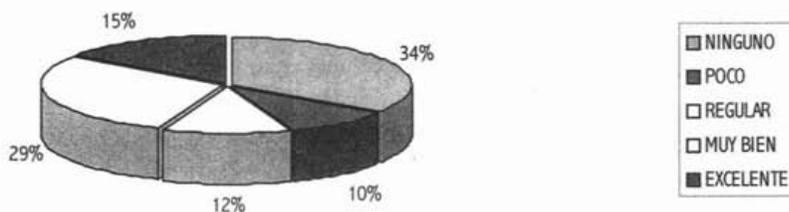


9. ¿El valor de una empresa se vera modificado o aumentado si se incluye el valor del capital humano?

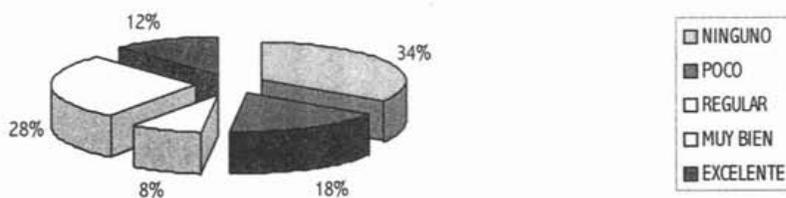


Dentro de esta primera pregunta de si se cree importante incluir el capital humano de lo cual definitivamente contestan que es excelente lo que quiere decir que aprueban que se deba incluir. Con respecto a la segunda respuesta, representada en esta gráfica observamos que primero en cuanto al valor de la empresa se vera modificado si se incluye al capital humano los contadores respondieron que están muy bien y excelente quiere decir que aprueban que el incluirlo de alguna manera modifica o aumenta el valor de la empresa.

10. ¿Existen métodos o conoce alguno que permita determinar el valor del capital humano?



11. ¿Estos métodos son confiables?



En cuanto a estas dos preguntas que se relaciona con el mismo tema del capital humano sucede que la mayoría responde a que no conoce ningún método mientras que en la segunda respuesta que esta relacionada con la anterior, por consiguiente los encuestados se inclinaron a un alto porcentaje a no saber si son o no confiables.

A continuación observaremos la siguiente tabla

TABLA 2. MATRIZ DE CORRELACIONES DE LA ENCUESTA A 56 PERSONAS

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
P1	1.00	-0.04	0.99	0.86	0.97	0.97	0.93	0.98	0.99	0.06	-0.12
P2	-0.04	1.00	-0.14	0.31	-0.28	-0.26	-0.35	0.00	-0.09	-0.15	-0.09
P3	0.99	-0.14	1.00	0.84	0.99	0.99	0.95	0.97	0.99	0.12	-0.08
P4	0.86	0.31	0.84	1.00	0.74	0.77	0.62	0.94	0.89	0.37	0.20
P5	0.97	-0.28	0.99	0.74	1.00	1.00	0.98	0.93	0.97	0.08	-0.15
P6	0.97	-0.26	0.99	0.77	1.00	1.00	0.97	0.94	0.98	0.11	-0.11
P7	0.93	-0.35	0.95	0.62	0.98	0.97	1.00	0.85	0.90	-0.09	-0.28
P8	0.98	0.00	0.97	0.94	0.93	0.94	0.85	1.00	0.99	0.27	0.07
P9	0.99	-0.09	0.99	0.89	0.97	0.98	0.90	0.99	1.00	0.21	0.01
P10	0.06	-0.15	0.12	0.37	0.08	0.11	-0.09	0.27	0.21	1.00	0.90
P11	-0.12	-0.09	-0.08	0.20	-0.15	-0.11	-0.28	0.07	0.01	0.90	1.00

Las correlaciones mayores a .90 son altamente significativas a $P < .05$

Antes de entrar en la explicación de esta matriz considero importante mencionar brevemente de que se trata, $P < .05$, este es el valor de probabilidad, siendo este la frontera o el límite en donde se rechaza la H_0 (Hipótesis de nulidad) en relación a la región crítica de rechazo o el error crítico (α). Así por ejemplo si el “valor de probabilidad” obtenido en la computadora o en las tablas estadísticas de inferencia, por ejemplo si es $p < .01$ o el 1% comparado con el $\alpha = .05$, con que se efectúa un análisis estadístico o sea al 5% de incertidumbre o decirlo de otra manera al 95% de nivel de confianza. Esto significa si $P < .01$ comparado con $\alpha = .05$; esto se interpreta como el resultado se considera significativo estadísticamente hablando; pero conforme el valor de probabilidad aumenta digamos al .06 o el 6% comparado con el $\alpha = .05$ entonces no se considera como significativo y se interpreta como que no hay evidencia, para rechazar la hipótesis nula (H_0).

De esta matriz únicamente no permite ver o analizar si existe una correlación entre lo que se pregunta y las respuestas que da el encuestado. Sin embargo en ningún momento permite diferenciar o comparar los resultados o respuestas ya sea de administración, contabilidad o de otro tipo de vista de opinión hacer acerca de lo que es un paradigma. Y no necesariamente puede ser considerado como un método para validar la encuesta. Pero sí como una técnica exploratoria que debe coincidir cercanamente con los porcentajes de la tabla 3.

En general los encuestados, tienden a contestar excelente y muy bien en la mayoría de las respuestas; esto implica probablemente que existe conocimiento acerca del tema de "Nuevos paradigmas"; aunque no refleja necesariamente, que exista cambio en su organización. Es interesante hacer notar que la mayoría de las edades fueron de 23-57; es decir es una edad suficiente para hablar y responder acerca de las nuevas tendencias que hace frente el contador público como, tecnologías, calidad, responsabilidad, políticas, innovación, creación de riqueza a los fenómenos del entorno en general, como también el reto de revisar los principios e instrumentos utilizados en su desempeño y los nuevos enfoques de los paradigmas. Tal como se observa en la tabla 3 y en el Clouster.

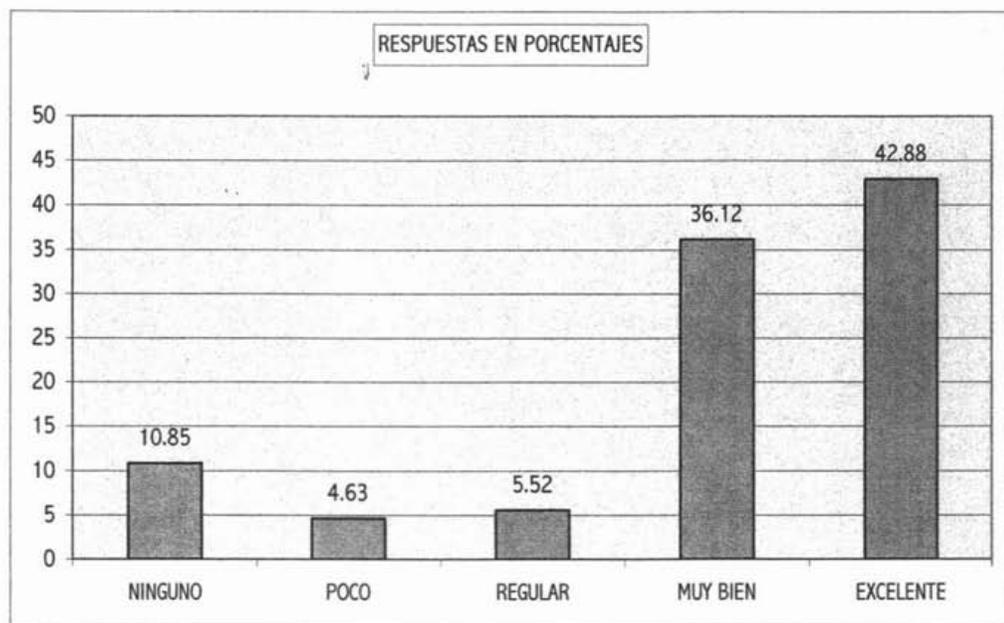


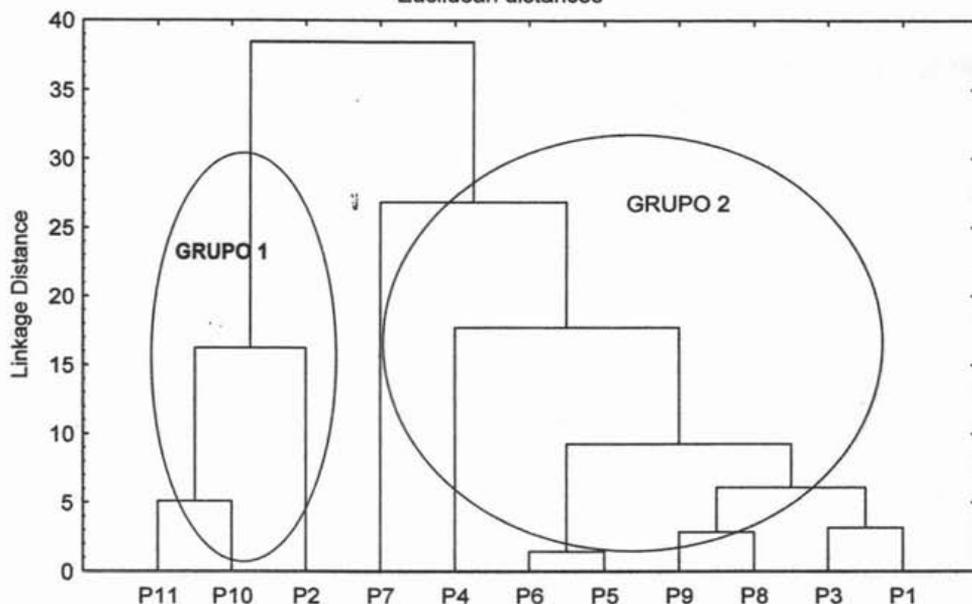
TABLA 3. RESULTADO DE PORCENTAJES CON RELACION A LAS PREGUNTAS REALIZADAS A LOS ENCUESTADOS.

Esto puede ser interpretado y coincide con los demás métodos analizados que la opinión de las personas es aun mayor conocimiento acerca de los paradigmas, es decir, que los contadores encuestados aceptan o están mas abiertos al conocimiento de las nuevas tendencias que existen actualmente.

Sin embargo por el tipo de preguntas realizadas ninguna de ellas indica que efectivamente estén realizando algún cambio en su organización porque el tipo de preguntas no estaban enfocadas a resolver este tipo de problemas. Sino dentro de su experiencia si consideraban que efectivamente se estaba gestionando un cambio en el paradigma y que daría por resolver en el futuro con un buen diseño de investigación y tamaño de muestras suficientes las organizaciones a las cuales pertenecen están gestando o aplican las nuevas tendencias de los paradigmas.

ANÁLISIS DE CONGLOMERADOS REALIZADOS A 56
PERSONAS

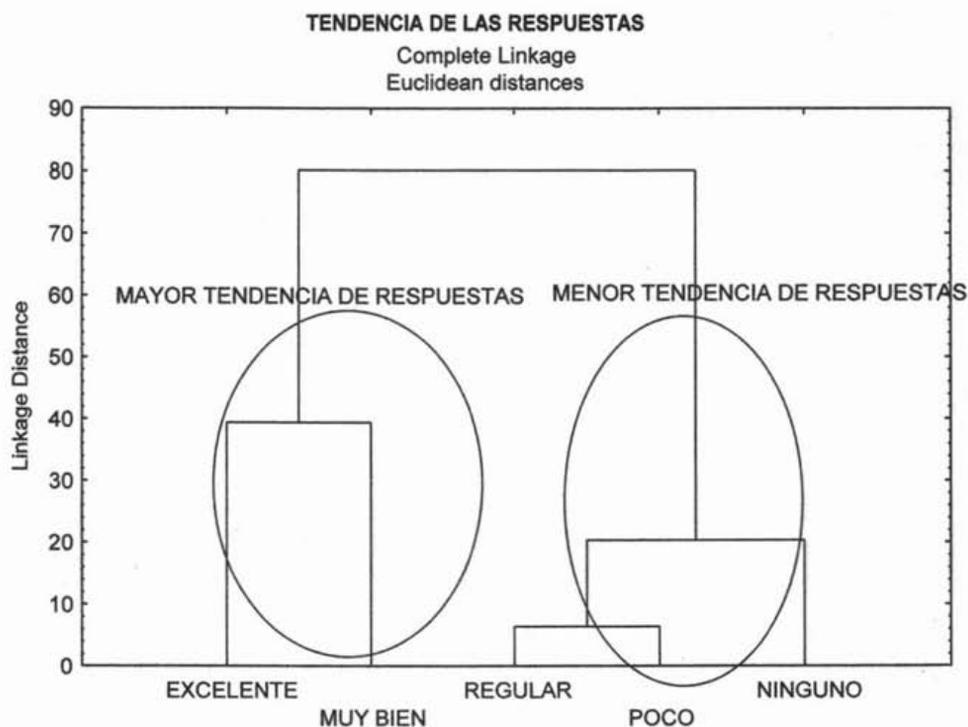
Complete Linkage
Euclidean distances



GRÁFICA 1.

En esta grafica se observa que se clasifica en dos grandes grupos el primer grupo, que se encuentra compuesto por la pregunta 2,10,11 se observa las tendencias de sus respuestas no son contundentes con respecto a si son confiables, aceptables o conocidas, esto coincide con las correlaciones bajas de la tabla 2 de la matriz, estadísticamente no son significativas a las respuestas de las preguntas.

En tanto que en el grupo dos contiene el resto de las preguntas de las cuales se observa las tendencias de sus respuestas a confirmar que efectivamente están de acuerdo con las nuevas tendencias que enfrenta el contador público así como también consideran que estamos dentro de una economía del conocimiento y las necesidades informativas han ido evolucionando, el revisar los principios e instrumentos utilizados, los encuestados muestran un mayor contundencia con respecto a estas preguntas. Esto coincide con las más altas correlaciones observadas en la matriz de correlaciones de la tabla 2.



GRÁFICA 2.

Con respecto a esta gráfica se clasifica la tendencia de las respuestas en esta escala ordinal (ninguno, poco, regular, muy bien y excelente); observando dos grupos contrastantes el primer grupo que tipifica las respuestas a excelente y muy bien, podemos observar que los encuestados tuvieron una inclinación hacia estas respuestas. Tanto que el grupo dos se refieren a las escalas regular, poco o ninguno en estas se observa una menor tendencia a contestar con las respuestas anteriores.

La primera técnica ha sido a través de porcentajes que se muestran en las gráficas de pastel la cual nos muestra claramente las tendencias de los encuestados y su análisis se capta rápidamente. A la par encontramos la siguientes gráficas que a través de agrupamiento de poco, ninguno, excelente y muy bien. Se observa de esta manera las tendencias de los mismos encuestados.

Las dos técnicas han sido suficientemente efectivas en las cuales podemos observar claramente las tendencias ya que una los agrupa y la otra se dan los porcentajes.

Lo anterior se realizó con la intención de analizar cada una de las preguntas, pero podemos concluir brevemente de forma general esta parte y si observamos. Que las respuestas solo nos llevaron a confirmar que efectivamente lo que se considero como nuevas formas o tendencias al arribar el siglo XXI, de lo que hace frente el contador público, su tendencia en cuanto al porcentaje se inclina al reconocimiento de lo importante que es para nosotros como profesionistas en contaduría a sumir la responsabilidad de hacer frente estos desafíos. Sin olvidar que uno de nuestro objetivo era contar con un consenso que permitiera validar nuestro estudio, soportando así lo que se investigo. A lo que yo recomiendo es apegarnos a las nuevas formas o tendencias con la finalidad de apoyar, haciendo la invitación a la reflexión sobre nuestro nuevo papel, dentro de la organización asumiendo con una total responsabilidad, apoyándonos de nuevas herramientas que nos permitan crecer tanto personalmente como profesionalmente.

8. CONCLUSIONES

1. - Como primer punto de partida en el primer capítulo nos enfocaremos a lo que es un paradigma, su significado, los paradigmas como punto de partida, un panorama general sobre ello, así como también algunos paradigmas en la producción del conocimiento como lo es un paradigma positivista, realista, hermenéutico, interaccionista de lo cual podemos sintetizar así.

Positivista: Este se interesa por el interés en la verificación del conocimiento, sobre todo a través de componer predicciones ya que lo importante es plantear una serie de hipótesis, es decir predecir algo que va a suceder y luego comprobarlo o verificar que sucedió. Una de las pretensiones de los positivistas radica en decir que la predicción es en cierta medida una vez que se confirma, una explicación del hecho.

Realista: Una variante del positivismo, se asume que no es lo mismo que la explicación. Lo importante para avanzar en la generación del conocimiento es llegar a las causas, llegar a las explicaciones últimas. Actualmente, a lo que se ha llegado la mayoría de los seguidores de este paradigma realista, es a entender que es muy difícil encontrar las causas últimas y que a todo lo que se puede aspirar, en todo caso, sería a sustanciar por qué algo sucedió. El interés y la intención dentro de este paradigma es tratar de juntar todas las posibles causas, asumiendo que cualquier resultado es el producto de varias de ellas. La tarea del que produce conocimiento, es tratar de dar un peso específico, mayor o menos, a algunas causas en comparación a otras.

Hermenéutico: Este se diferencia de los dos últimos porque da el mayor peso no a lo que es, sino a la interpretación de lo que es. Este dice no interesa llegar a un conocimiento objetivo, sino llegar a un conocimiento consensado, lo importante es ponerse de acuerdo en que esto es de esta forma sobre ciertas bases independientemente de que lo sea o no. Y lo importante es la interpretación que hace el investigador de lo que esta sucediendo. Claro recordar que aquí el límite de lo que sería un buen o mal conocimiento obtenido a través de la interpretación, sería la cercanía que tienen con la realidad.

Al respecto destacamos que hay interpretaciones bastante heterodoxas y otras bastantes fieles a lo que está sucediendo. La importancia de tener cierta fidelidad en la interpretación es la posibilidad no solo de entender, sino de modificar aquello que se entiende, y de poder arribar a nuevos conocimientos más profundos o más amplios de un primer conocimiento.

Interaccionista: Este busca la interconexión de los elementos que pueden estar influyendo en algo que resulte o suceda de determinada manera. Aquí no importa arribar a un

conocimiento objetivo: lo importante es ver que elementos están interconectados con otro y están interactuando para producir algo. Lo importante es ver las conexiones entre unos y otros.

Es asociar ciertos elementos para producir conocimiento de ellos que antes estaban o se presentaban como disociados se les conecta de alguna manera y se produce un conocimiento distinto.

También se mencionan algunas razones de porque existen oponentes ante los nuevos paradigmas y para ampliar mas el tema se dan herramientas que nos permitan sistematizar nuestro pensamiento a ser hábiles en obtener soluciones algunas de ellas son: Al escepticismo institucionalizado, porque existe una mente aferrada a los antiguos puntos de vista. Con respecto a las herramientas Edward de Bono define a las siguientes: Positivo, Negativo, Interesante.

Conforme nos introduzcamos en él capítulo nos encontraremos poco a poco a los nuevos escenarios a los que hace frente el contador público, y para ellos se hace mención a algunos autores que dicen al respecto como: Peter F Drucker, Nicolás Imparato que en general ellos mencionan que las turbulencias que ahora estamos viviendo tanto en valores como comercio, orden económico, tecnología, política y estructura sociales requieren que los negocios repasen sus supuestos básicos, así como también el contador sé esta enfrentando a revisar e incluso, reinventar sus supuestos, principios e instrumentos utilizados en su desempeño profesional.

Sin dejar atrás que este primer capítulo trata de visualizar el cambio que sé esta dando primero de una economía de la industria a una economía del conocimiento lo que quiere decir que de aquí parte realmente las nuevas necesidades tanto para las empresas como para el propio contador ya que la creación de riqueza sustentada en la industria tradicional-transformación de recursos naturales- ha pasado a una basada en el conocimiento, convirtiéndose este en el recurso vital para crear riqueza y es así como esta economía del conocimiento obliga a las empresas a ser intensivas en este recurso, que lo desarrollen y lo apliquen en sus procesos, productos y en general para crear valor y competir

- 1) Nos invita en general a hacer la reflexión acerca de algunos puntos importantes como:
- 2) El conocimiento es un recurso estratégico fundamental par crear valor y riqueza económica.
- 3) La innovación sobre los fenómenos del entorno, mercado, clientes, económicos, sociales y tecnológicos, de manera que estos se apliquen, desarrollen den soluciones, satisfagan necesidades, creen valor y logren una ventaja competitiva.
- 4) No olvidar que esta ventaja competitiva forma parte de los nuevos escenarios en los negocios y como tal se crean manejando información, aprendiendo nuevas cosas aplicando conocimiento con mayor velocidad.
- 5) La importancia que como asesores que son los contadores públicos reflexionen con profundidad sobre estos aspectos (conocimiento, innovación, velocidad, tecnología) que formaran parte y son la divisa en cuanto a su desempeño profesional, identidad y forma de pensar.

Se hace una invitación a el contador considere todas las tendencias necesarias para sobrevivir dentro de los negocios, será necesarios enfrentarlo principalmente con una

actitud, ya que es evidente que los cambios que se han producido continuaran impactando a las empresas, gerencia y al contador público por el cual es preciso mencionar que tal vez el mayor perjuicio no se producirá como ya se ha visto por estas tendencias sino por la actitud hacia el cambio.

2. - Para así dentro de la segunda parte se introduce a lo que integra un conocimiento contable, los que significa la contabilidad, su evolución, sus aportes así como también un amplio panorama sobre lo que es un sistema de información contable, del cual se puntualiza en que independientemente del sistema contable que se utilice se deben ejecutar tres pasos básicos utilizando relacionada con las actividades financieras, que son: registrar, clasificar y resumir. Mencionando así las características que deben integrar un sistema de información contable que son: control y compatibilidad, sin olvidar que este sistema bien diseñado necesita tener claramente sus objetivos, para así alcanzar una mayor productividad y aprovechamiento de su patrimonio. Así como también se incluye lo que es la contabilidad financiera. De tal forma que se hace hincapié en esta información haciendo referencia a los principios de contabilidad generalmente aceptados, que como ya sabemos son el fundamento de nuestra profesión, así como también se incluye lo que es la contabilidad financiera, todo con la finalidad de que como ya sabemos esta información será necesaria para los interesados ya que de ella dependerá la toma de decisiones, y no solo pensando en este nivel sino que a un nivel estado, gobierno, las ciudades y los centros educativos deben utilizar la contabilidad como base para controlar sus recurso y medir sus logros.

Dentro de lo que se intenta en esta parte es incluir algunos concepto, referencias que mencionan los principios de contabilidad, entre los cuales se incluyen son los cuatro estados financieros, como lo es el Balance General o Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados, el Estado de Cambio en la Situación Financiera, Estado de Variaciones en el Capital Contable, es en este estado donde encontraremos el rubro del activo que nos interesa el intangible mencionando primero el concepto general, clasificación, elementos que lo integran, también algunas consideraciones pertinentes en cuanto a su valuación, todo conforme a los principios de contabilidad generalmente aceptados.

3. - Finalmente para terminar se da un panorama sobre los nuevos escenarios en la valuación de empresas, primero que es lo que esta sucediendo al arribar el siglo XXI, un acercamiento al significado de valor para después brevemente mencionar algunas instituciones que se encargan a la valuación de las empresas, que es lo que se opina al respecto las tendencias que se están originando, así como también algo muy interesante, algunas de las consideraciones que enfrentan los participantes en la valuación. Y así decir que dentro de las valuación encontramos al Capital Humano, siendo este un factor de auge dentro de las exigencias de esta nueva economía, por lo cual se intenta dar una breve introducción sobre la importancia de incluir al Capital Humano, siendo así un economista Gary Becker, quien fue premiado con el Nobel por trabajar con este concepto, aunque por mucho tiempo su trabajo acerca del tema fue ignorado y criticado por los principales economistas del mundo, sin embargo el siguió estudiado las sociedades del conocimiento y concluyó que su mayor tesoro era el Capital Humano que estas poseían, esto es, el conocimiento y las habilidades que forman parte de las personas. Así como también se mencionan brevemente algunos métodos de valuación del Capital Humano, como lo son: el

balanced scored, benchmarking y el coaching, siendo que algunos de estos conceptos nos ofrecen la respuesta de cómo los seres humanos puede ser mejores, ya que estos intentan ser una herramienta que permita evaluar lo que están haciendo ahora en su vida tomando en cuenta sus metas, sueños, valores e intenciones, les abre nuevas opciones y conduce a cambiar, ayuda a la persona a superar los bloqueos mentales mas allá de lo que pensaban que era posible llegar. Y finalmente para concluir el trabajo de investigación procedimos a realizar las encuestas, y para ello se selecciono de forma aleatoria a distintos grupos de los cuales se encuentran el Colegio de Contadores Públicos de México, A.C., La División de Estudios de Posgrado de la FCA, La Facultad de Contaduría y Administración y el Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior de Comercio y Administración, con la intención de validar y soportar nuestra investigación, de los cuales se les aplico la encuesta a 56 personas, procurando seleccionar a las personas que tuvieran un cierto grado de nivel con respecto a la materia, para después continuar con el análisis de los resultados, utilizando dos técnicas para interpretar los resultados las cuales fueron, la técnica de Clouster (análisis de conglomerados) y la de porcentajes. Permitiendo así observar que dentro de la primera parte del cuestionario principalmente el enfoque se dirige, a preguntar si las actuales tendencias como la competitividad, calidad, responsabilidad, tecnología, innovación, etc, sean aspectos por los cuales el contador público tenga que transformarse acorde a ellos, así como también a cuestionar si ellos consideraban que el éxito dependerá en gran parte por la forma en que respondan a estos cambios tanto con la oportunidad, responsabilidad, eficacia de las demandas de los clientes, estrategias, acciones de la competencia, a los fenómenos del entorno en general. Y que apertura muestran ante las formas tradicionales (recursos tangibles) de hacer la presentación de la información y las nuevas formas como los sistemas virtuales. A lo que en esta parte los resultados nos muestran con una alta inclinación de los porcentajes a confirmar que efectivamente el contador público se encuentra en esta situación por lo que debe considerar todos los cambios y hacer frente, de manera responsable y eficiente.

En la segunda parte, los aspectos a tocar han sido relacionados con los últimos capítulos, de lo que se cuestiona al contador público aquí en general es que si considera que las necesidades informativas han ido evolucionando, que por lo cual una ellas ha sido el obtener la información financiera útil para tomar decisiones en tiempo real, medir los activos intangibles, de esta manera se finaliza invitando a reflexionar sobre si dentro de los nuevos escenarios económicos el contador público debe revisar los principios e instrumentos utilizados en su desempeño. Así como también si cree importante incluir en la valuación de la empresa a los activos intangibles el valor del capital humano. Por lo que en los resultados nos indican favorablemente en estos puntos que el contador público esta de acuerdo en las nuevas necesidades, a lo que opino que a falta de una reflexión profunda, una actitud positiva y sobre todo hacer frente a los cambios con las herramientas adecuadas es lo que nos permitirá sobrevivir como profesionistas en la carrera de contaduría pública. Para llegar a la conclusión de que las respuestas solo confirmaron que efectivamente lo que se considero como parte importante para el contador público dentro de los nuevos cambios lo reafirmaron con la alta inclinación en sus porcentajes. Y así cumplir con un objetivo, contar con un consenso de profesionistas procurando que tuvieran cierto nivel, que permitiera validar y soportar la investigación. Lo anterior solo me lleva a invitar a los profesionistas en contaduría pública, para crear conciencia de los nuevos cambios originados por el entorno económico, político y social.

BIBLIOGRAFÍA

CAPITULO I

<http://www.universidadabierta.edu.mx/Biblio/P/Pro%20Juan-El%20metodo%20pert.htm>

Héctor Noguera Trujillo; Los nuevos paradigmas del mexicano en el siglo XXI, Editorial Panorama, p.16

<http://correo.udlap.mx/~jpriante/paradigmas.html>

<http://www-azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num8/doc13.htm>

Michael O' Connor, La administración por valores, Editorial Norma, (1997), pp.180.

Kuhn Thomas, Las estructuras de la revolución científica, Editorial Fondo de cultura económica. México. 1962. SEQUEIROS, San Román Leandro. Cita pág.16

<http://www-azc.uam.mx/publicaciones/gestión/num8/doc13.htm#n3a#n3a>.

Nota: para mas información con respecto a estos cambio ver el libro de Robert Reinch la Reindustrialización de América.

<http://www-azc.uam.mx/publicaciones/gestión/num8/doc13.htm#n4a#n4a>.

Foucault, Michel. (1990). La Arqueología del Saber. 14ª edición. Siglo XXI, Editores. México.

<http://www.prensalibre.com/pl/2004/enero/24/79489.html>

<http://www.prensalibre.com/pl/2004/enero/24/79489.html>

Página web; <http://www.geocities.com/gehg48/CPdir1.html>

Ibid. Página web; <http://www.geocities.com/gehg48/CPdir1.html>

Samuel Alberto Mantilla B; Capital intelectual y contabilidad del conocimiento, Editorial Ecue 2002, Edición 2ª; Impreso en Bogota, pp194.

Instituto Mexicano de Contadores Públicos; La nueva economía y el capital intelectual A.C., Ediciones Enero 2002, pp.262.

Nuevos horizontes para la contaduría pública, Hacia el siglo XXI, IMCP, primera edición 1996. pp.233.

Ibíd.pág. web [http:// www.Cpdir1.htm](http://www.Cpdir1.htm) ; por el Autor Lester Thurow, en un artículo llamado "La guerra del siglo XXI" publicado en esta pagina web.

En un artículo publicado por Stanley M. Davis Ibíd. Página web; <http://www.geocities.com/gehg48/CPdir1.html>

Ibíd.pág. web [http:// www.Cpdir1.htm](http://www.Cpdir1.htm), artículo del autor, Tomm Peters.

<http://www.chein.com.mx/newesletter/febrero.htm#1>

Ibíd. <http://www.chein.com.mx/newesletter/febrero.htm#1>.Artículo de estrategia y tecnología de información.

Ibíd.pág. Web. [Http.www.CPdir1.htm](http://www.CPdir1.htm).

Jennifer James, Thinking In ifle future tense, p, 5, Simon & Sohuster, Nueva York, 1996.

Joel Arthur Rarker, Paradigms, p. 35, McGraw-Hill inter-americana, 5. A., Bogotá Colombia, 1995.

Ibíd. Página web; <http://www.geocities.com/gehg48/CPdir1.html>, por Joel Arthur Rarker.

James F. Moore, The dealh of competition, p.47, Harper Colms Publishers, Inc Nueva York. 1996.

<http://www.members.tripod.com/ve/diegoiibarra/nuevos.htm>

Genelot, Dominique (1992). Manage Dans la Complexité. Insep., Ediciones. París, Francia.

Morín, Edgar (1990). Introducción à la Pensée Complexe. Edit. ESF. París. 608 p.

GODET, Michel (1995). De la Anticipación a la Acción. Manual de Prospectiva y Estrategia. Ediciones Alfaomega, S.A. de C.V. México, D.F.

Hronec, Steven (1995). Signos Vitales. Editorial McGraw-Hill / Interamericana de España, S.A. Madrid.

Burbano Ruiz, Jorge / Ortíz Gómez, Alberto (1995). PRESUPUESTOS. Enfoque moderno de planeación y control de recursos. 2da Edición. Mc Graw Hill Interamericana, S.A. Bogotá. –

Drucker, Peter / Nakauchi Isao. (1997). Tiempo de Desafios* Tiempos de Reinenciones. Editorial Hermez. D.F., México.

Gómez , Henry / Márquez, Patricia. (1997). Gerencia Avanzada hecha en Venezuela. Debates IESA. Volumen 3. N° 2. Octubre –

Kuhn , Thomas . (1983). La Estructura de las Revoluciones Científicas. Flammarion.

LYOTARD, Jean – Francois (1990) La Condición Postmoderna. , D.F Gedisa Editorial

Mallo, Carlos y Merlo, José (1995). Control de Gestión y Control Presupuestario. Editorial McGraw-Hill / Interamericana de España, S. Madrid.

Maynard ,Herman / Mehrtens, Susan. (1996). La Cuarta Ola. El mundo de los Negocios en el siglo XXI. Ediciones Juan Gránica, S.A. , Barcelona, España.

Murukami ,T . / Nishiwaki, T . (1996). Estrategia para la Creación. Panorama Editorial, S.A. ; D.F., México. Noviembre, 1997. Caracas.

Rubio, José V. (1997). ¿Qué es la Complejidad?. Red Colombiana del Pensamiento Complejo. Biblioteca Virtual. <http://www.colciencia.gov.co/redcom/queescom.html> (15 – 06 – 98)

Sérieyx, Hervé (1994). El Big Bang de las Organizaciones. Cuando la Empresa entra en Mutación. Ediciones Granica, S.A. , Barcelona, España.

Stafford Beer (1977) Diseñando la Libertad. Fondo de Cultura Económica. México

BIBLIOGRAFÍA

CAPITULO II

Pág. web. [http://www.gestiopolis.com/recurso/documentos/fulldocs/ la contabilidad y el sistema contable.htm](http://www.gestiopolis.com/recurso/documentos/fulldocs/la_contabilidad_y_el_sistema_contable.htm)

Instituto Mexicano de Contadores Públicos A.C., Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, 17ª Edición. pp.560

[http:// www.Gestióndelconocimiento.com/pbelly.htm](http://www.Gestióndelconocimiento.com/pbelly.htm)

Pág.Web.<http://www.gestiopolis.com/> la información contable base del análisis

Pág.<http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no.12/doctrina.htm>

Horacio López Santiso, Contabilidad, Administración y Economía, Ediciones Macchi, pp.182

Pagina web [http// www.universidadabierta.edu.mx/biblio/M/Análisis de edos financieros 05.htm](http://www.universidadabierta.edu.mx/biblio/M/Análisis_de_edos_financieros_05.htm)

Horacio Lopez Santiso; Contabilidad, Administración y Economía; Ediciones Macchi, pp.182.

<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/55/titg.htm>

<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/41/aiu.htm>

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/capintel.htm>

pagina web.<http://www.afyfa.com/articulo17jun03.php>. Analistas Financieros y Fiscalistas Asociados, A_C.htm

Nuevos horizontes para la contaduría pública, Hacia el siglo XXI, IMCP, primera edición 1996. pp.233

Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración, PriceWaterhousesCoopers, Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas IMEF, Valuación de empresas y creación de valor; Editorial Ingramex, S.A. de C.V, pp.270.

Leif Edvinsson y Michael S. Malone; El capital intelectual, como identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa; Editorial Impesión Barcelona Gestión 2000, pp.255.

Siv Villanueva, Carlos, Instituto Mexicano Contadores públicos, Valuación de empresas; pp.230. Clasificación HG4028.V3557.

Samuel Alberto Mantilla B; Ediciones; Capital intelectual, Contabilidad del conocimiento Ecoe, 2ª Edición, pp.194.

Instituto Mexicano de Contadores Públicos A.C, La nueva economía y el capital intelectual Ediciones FOC, S.A de C.V pp.262.

J.M. Juran, Editor in Chief, Frank M. Gryna. Associate, Quality Control hand-Book Editorial MC Graw-hill International 1988, pp1000.

Hair, Anderson, Tatham Black, Análisis Multivariante Sedición, Editorial; Prentice Hall, pp. 799.

Revista, Talento Humano, reforma laboral en america latina; 1 semestre 2005, Año2, Num.3.

Pág.web. <http://server.contad.unam.mx/fca/estd-inf5.htm>

Pág. Wev <http://www.sanmiguel-de-allende.com/PFC.htm>

Arely Cara Fernández, Gestión Humana la Imagen del Servicio; Editorial. Mc Graw Hill. (2001), pp.180