

MONTSERRAT SIERRA FERNÁNDEZ

*Profesora Titular de Escuela Universitaria. Departamento de
Dirección y Gestión de Empresas. Universidad de Almería*

Extracto:

El objetivo de este trabajo es poner de manifiesto la práctica seguida por grandes empresas españolas en relación con la divulgación de información sobre activos intangibles. En nuestra opinión, este trabajo empírico puede resultar de interés tanto a los emisores de normas como a los usuarios de la información contable pues permitirá mostrar la actuación de las empresas en cuanto a estos elementos.

Con este fin, se aborda un estudio de la literatura previa relativa a la divulgación de información sobre activos intangibles; seguidamente, se plantea la metodología de la investigación llevada a cabo; se presentan los resultados obtenidos en el estudio empírico y, finalmente, se recogen las principales conclusiones.

Sumario:

1. Introducción.
2. La divulgación de información sobre activos intangibles en la investigación contable.
 - 2.1. Estudios de divulgación de información en general.
 - 2.2. Estudios de divulgación de información social en general.
 - 2.3. Estudios específicos de divulgación de información sobre activos intangibles.
 - 2.3.1. Empleados.
 - 2.3.2. I+D.
 - 2.3.3. Gobierno de la empresa.
 - 2.3.4. Fondo de comercio y activos intangibles identificables.
 - 2.3.5. Activos intangibles.
 - 2.4. Consideraciones acerca de la divulgación de información sobre activos intangibles en la literatura previa.
3. Metodología de la investigación.
 - 3.1. Formación del índice de divulgación.
 - 3.2. Características de la muestra de empresas.
4. Resultados de la investigación.
5. Conclusiones.

Bibliografía.

Anexo.

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente, se puede afirmar que existe una honda preocupación por el tratamiento contable de los activos intangibles. Muestra de ello, es la aparición de numerosos trabajos, publicaciones y comunicaciones, nacionales e internacionales, que tienen como objetivo el estudio de estos elementos. También, los emisores de normas han considerado los activos intangibles como un tema de especial importancia [ASB, 1997; IASC, 1998; FASB, 1999, 2001, 2001a].

La evidencia empírica, por otra parte, parece apoyar la importancia de este tipo de activos [CHAUVIN y HIRSCHHEY, 1993; SOUGIANNIS, 1994; LEV y SOUGIANNIS, 1996; JENNINGS *et al.*, 1996; DENG y LEV, 1998; ABOODY y LEV, 1998; BARTH *et al.*, 1998; BARTH y CLINCH, 1998], así como la pérdida de relevancia de la información contable en los mercados de capitales en los últimos años [AMIR y LEV, 1996; LEV y ZAROWIN, 1999; LEV *et al.*, 1999].

Por otro lado, existen estudios en los que se propone la elaboración de modelos de información sobre activos intangibles, también llamados de forma genérica, capital intelectual, para de esta forma, favorecer el conocimiento, la medida y la gestión adecuada de los mismos [SVEIBY, 1997; BROOKING, 1997; BONTIS, 1998; EUROFORUM, 1998; BUENO, 1998; EDVINSSON y MALONE, 1999; CAÑIBANO *et al.*, 2002]. Estas investigaciones refuerzan la idea de pérdida de relevancia de la información contable mostrada en los estudios basados en los mercados de capitales, mencionados previamente, y constituyen una clara *señal de alarma* para la contabilidad financiera.

Si se efectúa una revisión de los anteriores trabajos y, en general, de la investigación sobre activos intangibles, se puede comprobar que se echan en falta estudios referidos a las prácticas de divulgación por parte de las empresas. Por ello, este trabajo se centra en esta cuestión. Se trata de una investigación que pretende conocer, acerca de la práctica seguida por grandes empresas españolas en relación con la divulgación de información sobre activos intangibles, y poder sugerir así mecanismos de mejora en la información ofrecida por este tipo de empresas y la posibilidad de establecer criterios o normas de ámbito más general.

Para ello, se pretende obtener una cuantificación de la información que sobre activos intangibles proporcionan las empresas en sus informes anuales, para lo que nos planteamos la obtención de un índice de divulgación.

Tras esta introducción el resto del trabajo queda organizado como sigue: en el epígrafe segundo se lleva a cabo un estudio de la literatura previa relativa a la divulgación de información sobre activos intangibles; el tercero está destinado a explicar la metodología de la investigación llevada a cabo y a comentar las características de la muestra seleccionada; el cuarto a presentar y discutir los resultados del estudio empírico. Para terminar mostramos las principales conclusiones deducidas tanto de la revisión de los trabajos previos como del estudio empírico, la bibliografía empleada y un anexo en el que, entre otras cosas, se recoge información relativa al cuestionario u hoja de trabajo empleada.

2. LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE ACTIVOS INTANGIBLES EN LA INVESTIGACIÓN CONTABLE

Con la finalidad de conocer las prácticas de divulgación de activos intangibles realizadas por las empresas, se ha procedido, en primer lugar, a un estudio de los trabajos en los que se ha revisado dicha información. Hay que hacer notar que apenas existen investigaciones que de un modo exclusivo aborden esta cuestión, aunque sí encontramos estudios en los que se revisa la divulgación de información sobre algún activo intangible en concreto (empleados, I+D, etc.), bien como objetivo único del trabajo, o bien, siendo el activo intangible uno de los elementos analizados, entre otros, al valorar las prácticas de divulgación, por lo que se han revisado ambos tipos de investigaciones.

Los trabajos estudiados, ordenados por fecha de realización, pueden verse en la **tabla 1**, así como los aspectos más destacables de los mismos, esto es, los elementos objeto de estudio, el tamaño de la muestra utilizada y los resultados más relevantes. Para facilitar su revisión las investigaciones han sido clasificadas como sigue:

- a) Estudios de prácticas de divulgación en general, en los que se han revisado, entre otros elementos, la información sobre:
 - Empleados [GINER, 1995; LAÍNEZ *et al.*, 1999].
 - Aspectos sociales [GARCÍA y MONTERREY, 1993].
 - I+D, presencia en el mercado (ventas/categorías/mercados/clientes, cuota de mercado), estructura accionarial y actividades de *marketing* [GINER, 1995].
 - Activos intangibles [MARTÍNEZ *et al.*, 1997; FASB, 2001b; LARRÁN y GINER, 2001].

- b) Estudios de divulgación sobre información social, que han dedicado un apartado específico a la información sobre empleados y a la labor social de la empresa [CARMONA y CARRASCO, 1988; MONEVA y LLENA; 1996; PEYRÓ, 1997].

c) Estudios dedicados de modo exclusivo a la divulgación de información sobre:

- Empleados [PONS, 1996; SUBBARAO y ZÉGHAL, 1997; MAZARRACÍN, 1998].
- I+D [ARCHEL, 1999; ENTWISTLE, 1999].
- Gobierno de la empresa [MONTAÑÉS y SÁNCHEZ, 2001].
- Fondo de comercio y activos intangibles identificables [WINES y FERGUSON, 1993].
- Activos intangibles [BONERMANN *et al.*, 1999; GANDÍA, 2000].

TABLA 1. ESTUDIOS EMPÍRICOS REVISADOS

Autores	Elementos estudiados	Muestra	Principales resultados
CARMONA y CARRASCO [1988]	Empleados y labor social	61 empresas españolas cotizadas y no cotizadas, 1985	18 empresas informan sobre seguridad en el trabajo, 38 lo hacen sobre desarrollo personal y 12 sobre actividades filantrópicas
GARCÍA y MONTERREY [1993]	Información social	100 empresas cotizadas en la Bolsa de Madrid, excluidas banca y seguros, 1990	El 43% de las empresas revela información sobre este elemento
WINES y FERGUSON [1993]	Fondo de comercio y otros intangibles	150 empresas cotizadas en la Bolsa Australiana, 1985-1989	Aumento del número de empresas que reconocen activos intangibles
GINER [1995]	I+D, empleados, presencia en el mercado, actividades de <i>marketing</i> y estructura accionarial	49 empresas cotizadas en la Bolsa de Valencia, excluye financieras, seguros y SIM, 1989-1991	Obtiene un valor del índice de divulgación para I+D: 0,47 (1989), 0,55 (1990), 0,47 (1991) y para trabajadores, formación, etc.: 0,24 (1989), 0,15 (1990), 0,09 (1991)
MONEVA y LLENA [1996]	Empleados y labor social	47 empresas industriales cotizadas en el mercado continuo de la Bolsa de Madrid, 1992	Todas informan sobre los empleados en la Memoria, casi un 50% en el Informe de Gestión y otro tanto en el resto de información
PONS [1996]	Empleados	35 empresas españolas cotizadas en el mercado continuo, exceptuando el sector financiero, 1993-1994	El 100% de las empresas difunden la información obligatoria sobre empleados y el 51% publica información voluntaria

Autores	Elementos estudiados	Muestra	Principales resultados
MARTÍNEZ <i>et al.</i> [1997]	Activos intangibles, órganos de gobierno y labor social	Entidades de depósito españolas (46,23% de los bancos y 88% de las cajas de ahorro), 1995	Partida poco importante, desglosada en el apartado de la Memoria por el 37,77% de los bancos y por el 13,64% de las cajas
PEYRÓ [1997]	Empleados y labor social	52 empresas cotizadas en el mercado continuo de la Bolsa de Madrid susceptibles de adherirse al sistema comunitario de gestión y ecoauditoría medioambiental, 1994	Todas informan en la Memoria sobre empleados, el 53,85% en el Informe de Gestión, el 36,54% en Información adicional y el 25% en la Carta del Presidente
SUBBARAO y ZÉGHAL [1997]	Empleados	120 empresas pertenecientes a USA, Canadá, UK, Alemania, Japón y Corea del Sur, todas cotizadas, 1993 ó 1994	Los <i>ítem</i> programas de pensiones y de beneficios son los más divulgados
MAZARRACÍN [1998]	Empleados	66 empresas españolas en 1978 y 1988; 33 en 1991 y 23 en 1996	El % de empresas que informan sobre distintos aspectos de los recursos humanos disminuye entre 1978 y 1996
ARCHEL [1999]	I+D	52 empresas españolas que presentan información consolidada y pertenecientes a sectores industriales, 1992-1996	El 61,5% de las empresas opta por el tratamiento contable establecido en el PGC, en el 28,8% no se conoce la opción aplicada para la contabilización. Insuficiente información en el Informe de gestión
BORNEMANN <i>et al.</i> [1999]	Activos intangibles	Más de 120 empresas austríacas, 1993-1998	Inexistencia de un enfoque consistente y explícito para la información sobre intangibles
ENTWISTLE [1999]	I+D	40 empresas en 1993; 70 en 1994 y 3 en 1995, cotizadas en la Bolsa de Toronto	Sólo 1% de las revelaciones sobre I+D se hallaban en estados financieros auditados (cuentas anuales)
LAÍNEZ <i>et al.</i> [1999]	Empleados	30 empresas (2 de cada uno de los países de la UE, de entre las 10 empresas más grandes en cada uno de los países)	70% hacen referencia a los empleados en las cuentas anuales, principalmente en la Memoria
GANDÍA [2000]	Activos intangibles	Empresas que integran el índice S&P GLOBAL 100, julio 2000	El grado de estructuración de la información que ofrecen las empresas sobre sus intangibles resulta insuficiente

Autores	Elementos estudiados	Muestra	Principales resultados
FASB [2001b]	Activos intangibles	62 empresas	Se divulga información, aunque de un modo general e impreciso
LARRÁN y GINER [2001]	Activos intangibles	Empresas cotizadas en el mercado continuo en la Bolsa de Madrid (144 en total), octubre y noviembre 2000	El 27% de las empresas presenta un apartado dedicado a información sobre intangibles
MONTAÑÉS y SÁNCHEZ [2001]	Gobierno de la empresa	a) Empresas componentes del IBEX-35, 1998 b) Cuentas anuales de las empresas del IBEX-35, 1996	a) El 25% suministran información sobre las recomendaciones del código del buen gobierno b) Se cumplen, aunque de modo impreciso, los mínimos normativos recogidos en la nota n.º 20 de la Memoria

FUENTE: *Elaboración propia.*

2.1. Estudios de divulgación de información en general.

En este apartado se han revisado trabajos de prácticas de revelación de información en general, en los que se ha destinado un apartado a la categoría de inmovilizado inmaterial, o a los activos intangibles no reconocidos en los estados contables, o bien, determinados activos intangibles han sido objeto de estudio (empleados, I+D, etc.).

De esta forma, GARCÍA y MONTERREY [1993] con el propósito de analizar el nivel y el alcance de la revelación voluntaria en España, toman una muestra de 100 empresas cotizadas en la Bolsa de Madrid, excluidos los sectores de Banca y Seguros, para el ejercicio 1990. De los resultados obtenidos destacamos, dado el estudio empírico que abordamos en el epígrafe 3 y siguientes, el hecho de que el 43% de las empresas divulgan información voluntaria de carácter social.

Por su parte, GINER [1995] toma una muestra de 49 empresas cotizadas en la Bolsa de Valencia, excluyendo financieras, seguros y SIM, con el objetivo, entre otros, de determinar qué tipo de información facilitan las mismas, revisando la memoria, la carta del presidente, el informe de gestión y el informe de auditoría. También, pretende mostrar la evolución de la información durante 3 años (1989-1990-1991). La metodología seguida consiste en la elaboración de un índice de divulgación a partir del análisis de 50 partidas, dentro de las cuales, destacamos los siguientes elementos (la numeración utilizada para cada una de las partidas es la que la autora empleó en su investigación):

13. *Información de compromisos en concepto de pensiones y obligaciones similares.* El índice obtiene un valor, respectivamente, para cada uno de los años de 0,5, 0,78 y 0,76.

18. *Distribución de la cifra de ventas por categorías de actividades.* En este caso, el valor obtenido asciende a 0,43, 0,55 y 0,66.
19. *Distribución de la cifra de ventas por mercados geográficos.* El valor del índice es de 0,3, 0,45 y 0,79.
20. *Número de trabajadores por categorías.* El índice alcanza un valor de 0,65, 0,94 y 0,9.
27. *Actividades de investigación y desarrollo realizadas.* El índice alcanza un valor de 0,47, 0,55 y 0,47.
30. *Distribución de la cifra de ventas por clientes.* El valor obtenido asciende a 0,13, 0,17 y 0,17.
36. *Nombres de los miembros del Consejo de Administración. Participación en la compañía.* El valor asciende a 0,48, 0,46 y 0,34.
37. *Descripción de la gerencia. Nombres y responsabilidades.* El valor asciende a 0,37, 0,32 y 0,15.
39. *Información sobre contratos de trabajo. Puestos eventuales y fijos.* El índice alcanza un valor de 0,02, 0,06 y 0,02.
40. *Principales accionistas.* El índice alcanza un valor de 0,3, 0,46 y 0,66.
45. *Posición competitiva de la empresa, cuota de mercado.* El valor obtenido asciende a 0,04, 0,18 y 0,14.
47. *Información sobre los trabajadores, formación, absentismo, rotación, etc.* El índice alcanza un valor de 0,24, 0,15 y 0,09.
48. *Actividades en materias de publicidad realizadas y previstas.* El índice obtiene un valor de 0,03, 0,02 y 0,03.

Un trabajo destinado a la divulgación de información de un sector en concreto es el realizado por MARTÍNEZ *et al.* [1997] quienes solicitaron a las entidades de depósito españolas (en concreto, a bancos y a cajas de ahorro) el informe anual correspondiente al ejercicio 1995. La muestra obtenida representa algo más del 46% de los bancos y casi el 60% de las cajas de ahorro. El objetivo del estudio es analizar la documentación legal (informe de auditoría, cuentas anuales y el informe de gestión), así como revisar otra información de carácter económico-financiero con la finalidad de conocer las prácticas habituales de divulgación de estas entidades.

Ciñéndonos a la información relativa al inmovilizado inmaterial, los autores destacan que ésta es una partida poco importante, registrándose dentro de la misma, principalmente, los gastos de constitución, de primer establecimiento y los de ampliación de capital. Figurando desglosada en la memoria casi por el 38% de los bancos y por el 14% de las cajas de ahorro.

Por otro lado, en el informe de gestión no se encontró referencia alguna a los gastos de investigación y desarrollo, en opinión de los autores debido a la actividad que realizan estas entidades, aunque, según nuestro parecer este tipo de compañías constantemente están innovando y presentando nuevos productos de carácter financiero que seguramente habrán requerido de un esfuerzo investigador previo y posteriormente, de un esfuerzo para su aplicación.

Respecto de la información sobre órganos de gobierno, divulgan el 93% de las cajas y el 71% de los bancos. Por su parte, el 13% de los bancos indican la participación de los miembros del consejo de administración en el capital de la sociedad. Finalmente, todas informan sobre las actividades referentes a patrocinios de carácter social, cultural, etc.

Por otro lado, LAÍNEZ *et al.* [1999] con el objetivo, entre otros, de conocer acerca de la divulgación de información de empresas europeas, reúnen una muestra de 30 empresas (2 de cada uno de los países de la Unión Europea, de entre las 10 más grandes de cada uno de ellos). Presentando los siguientes resultados relativos a las materias objeto de nuestro interés:

- El 70% de las empresas hacen referencia a la información sobre empleados en las cuentas anuales, el 68% en la memoria y el resto en otro lugar.
- El tipo de información publicada viene referida a retribuciones (38%), condiciones laborales (casi un 7%) y absentismo (3,5%).

En el ámbito norteamericano, el documento *Improving business reporting: Insights into enhancing voluntary disclosures*¹ [FASB, 2001b] persigue, entre otros objetivos, determinar el tipo de información que presentan 62 empresas en:

- Los informes anuales y trimestrales.
- Bolsa, prensa, libros, en las presentaciones a accionistas, analistas y potenciales inversores.
- Páginas web.

Una de las categorías estudiadas en este trabajo es la relativa a *activos intangibles que no han sido reconocidos en los estados financieros*, constatando que las empresas están presentando información relativa a este tipo de elementos. A modo de ejemplo, se está divulgando información, aunque en la mayoría de los casos de un modo general e impreciso, sobre:

- Patentes y aplicaciones de las mismas.
- Principales marcas de la empresa.

¹ Este trabajo viene a complementar el estudio realizado por la AICPA [1994].

- Descripción de nuevos programas de I+D.
- Detalle de científicos, técnicos y otro personal dedicado a I+D.
- Identificación de los principales clientes.
- Inversiones para servicios de apoyo a clientes.
- Descripción de diversos patrocinios.
- Alianzas.
- Empleados. Formación.
- Relaciones favorables con el gobierno.
- Presencia en mercados.
- Licencias.

Por su parte, LARRÁN y GINER [2001] tomando las empresas que cotizan en el mercado continuo de la Bolsa de Madrid durante octubre y noviembre de 2000, un total de 144 compañías analizan, entre otras cosas, el uso que las empresas hacen de internet ² para divulgar información. Dentro de las partidas analizadas destacamos el apartado de información sobre intangibles, de forma que el 27% de las empresas presentan información sobre este tipo de elementos en su página web.

2.2. Estudios de divulgación de información social en general.

Los trabajos recogidos en este epígrafe tienen como objetivo analizar el grado de divulgación de información de carácter social. Estas investigaciones son objeto de nuestra atención por el estudio específico que en ellas se lleva a cabo de la revelación de información sobre recursos humanos y sobre la labor social de la empresa.

De este modo, CARMONA y CARRASCO [1988], con una muestra de 61 empresas para el ejercicio 1985, cotizadas y no cotizadas, públicas y privadas, pretenden, entre otros objetivos, conocer acerca del volumen y calidad de información social recogida en las memorias anuales. Para ello, analizan el nivel de divulgación de siete partidas:

- Relaciones con agentes sociales.
- Recursos naturales.

² Son numerosos los trabajos realizados recientemente, en los que se trata de mostrar si las empresas están utilizando internet para la divulgación de información, señalándose, asimismo las partidas que suelen aparecer y la manera en que se lleva a cabo esta revelación de información. Pueden verse, entre otros, además del referido en el texto, LYMER [1999] y MOLERO y SEVILLANO [1999].

- Seguridad e higiene.
- Desarrollo personal.
- Masa salarial.
- Filantropía.
- Informaciones acerca de la composición y evolución del personal de la empresa.

Obteniendo los siguientes resultados:

- Las actividades filantrópicas y relaciones con agentes sociales junto con la información sobre recursos naturales son las partidas que menos puntuación obtienen y menos empresas han mencionado.
- Por su parte, 18 empresas hacen referencia a las actividades de seguridad e higiene en el trabajo con una puntuación de 39 sobre un total de 183, 31 empresas informan sobre la masa salarial con una puntuación de 64, 38 revelan sobre desarrollo personal con una puntuación de 73, y finalmente 46 compañías informan sobre la composición de la plantilla con una puntuación de 107 sobre el total de 183.

También, MONEVA y LLENA [1996] se plantean como objetivo, entre otros, el estudio de la divulgación de información de carácter social llevado a cabo por 47 empresas industriales cotizadas en el mercado continuo de la Bolsa de Madrid durante el ejercicio 1992, no siendo objetivo del trabajo valorar la extensión ni la calidad de la información.

Los autores dividen la información de carácter social en información relativa al personal, sobre la labor social de la empresa y sobre medioambiente. Aclarando que informar sobre la labor social implica revelar datos referidos a actividades benéficas que se realizan para el entorno que rodea a la empresa. Además, estudian la revelación de información en cada uno de los apartados en los que dividen el informe anual: cuentas anuales, informe de gestión e información adicional.

Los resultados ponen de manifiesto que:

- Todas las empresas presentan información sobre el personal, casi el 30% sobre la labor social de la empresa y el 70% sobre medioambiente.
- Todas informan sobre el personal en la memoria de las cuentas anuales, casi la mitad en el informe de gestión y otro tanto, en la información adicional.

- Respecto del tipo de información recogida sobre el personal, se puede destacar que todas las empresas informan sobre su *plantilla*, casi un 62% sobre las *actividades de formación*, casi un 43% sobre *seguridad e higiene en el trabajo* y aproximadamente, un 11% sobre *becas y ayudas sociales*.
- No se revela información sobre la labor social en la memoria, casi un 11% revela en el informe de gestión y algo más de un 21% en la información adicional.
- Respecto del tipo de información divulgada sobre la labor social, un 17% informa sobre los *cursos a personas ajenas a la empresa*, casi un 13% sobre *becas concedidas a terceros y contratos en prácticas*, algo más del 19% sobre *colaboraciones y patrocinios en actividades culturales* y casi un 6,5% sobre *apoyos económicos a fundaciones, ferias, etc.*

En la misma línea que los anteriores investigadores, PEYRÓ [1997] toma una muestra de 52 empresas susceptibles de adherirse con carácter voluntario al sistema comunitario de gestión y eco-auditoría mediambiental y, cotizadas en el mercado continuo de la Bolsa de Madrid durante el ejercicio 1994. Con esta muestra se analizan, entre otros elementos, la divulgación de información sobre empleados y sobre ética. Al igual que en MONEVA y LLENA [1996] tampoco es objeto de este trabajo valorar ni la extensión de la información, ni la calidad de la misma.

Cuando la autora se refiere a la ética de la empresa comprende aspectos tales como integración de minorías, concesión de premios y becas, mejora de accesos a personas discapacitadas, relaciones con clientes, prácticas comerciales, políticas de inversión, etc., es decir, lo que en el trabajo de MONEVA y LLENA [1996] se denomina labor social.

Además, se estudia la revelación de información en las cuatro partes en las que divide el informe anual, esto es, cuentas anuales, informe de gestión, carta del presidente y otra información adicional, presentándose los siguientes resultados:

- Todas las empresas revelan información sobre empleados, con la siguiente distribución: 100% en la memoria de las cuentas anuales, casi un 54% en el informe de gestión, casi un 37% en información adicional y el 25% en la carta del presidente.
- Respecto del tipo de información suministrada sobre empleados, el 90% revelan datos sobre su *plantilla*, el 71% sobre *planes de pensiones*, el 44% sobre *formación de los empleados*, el 33% sobre *seguridad e higiene en el trabajo*, el 38% sobre *indemnizaciones* y el 35% sobre *convenio colectivo* y, generalmente, en información adicional.
- El 69% divulga información sobre ética, con la siguiente ubicación: 67% en el informe de gestión, 23% en la memoria, 33% información adicional y 56% en la carta del presidente.
- Respecto del tipo de información divulgada sobre ética, el 50% presenta *información sobre los clientes* (servicio de atención telefónica, reclamaciones, etc.) y el 60% sobre *colaboraciones con la comunidad* en la que opera, esto es, patrocinios, becas, etc.

2.3. Estudios específicos de divulgación de información sobre activos intangibles.

En este apartado, como se ha indicado previamente, se recogen trabajos dedicados de modo exclusivo al estudio de la divulgación de información sobre empleados, I+D, gobierno de la empresa, fondo de comercio y activos intangibles identificables susceptibles de reconocimiento en las cuentas anuales y el resto de activos intangibles reconocidos contablemente o no.

2.3.1. Empleados.

PONS [1996] toma una muestra de 35 empresas cotizadas en el mercado continuo y procede a la revisión de sus informes anuales correspondientes a los ejercicios 1993 y 1994, con la finalidad de analizar la información social que sobre empleados publican las empresas, así como su evolución. En primer término, la autora distingue entre información obligatoria y voluntaria y, seguidamente, para analizar la calidad y cantidad de información presentada, toma una base de 18 indicadores (véase **tabla 2**), resaltándose los siguientes resultados:

TABLA 2. INDICADORES SOCIALES RECOGIDOS EN PONS (1996)

Indicadores	1993		1994	
	Información voluntaria	Información obligatoria	Información voluntaria	Información obligatoria
Ambiente laboral	–	–	1	–
Convenio colectivo	5	–	6	–
Regulación de empleo	3	–	3	–
Premios jubilación	1	–	–	–
Planes de pensiones	16	35	16	35
Paros y huelgas	2	–	2	–
N.º medio empleados	18	35	18	35
Clasificación categorías	1	35	–	35
Altas laborales	6	–	1	–
Bajas laborales	10	–	10	–
Contratación indefinida/eventual	4	–	3	–
Indemnizaciones	2	–	7	–
Accidentes laborales	6	–	4	–
Variación tecnológica	–	–	–	–
Traspaso entre empresas	–	–	–	–
Cursos de formación	18	–	18	–
Becas	2	–	4	–
Actividades culturales	3	–	5	–

FUENTE: PONS [1996: 28].

- Todas las empresas difunden información obligatoria y el 51% divulgan información voluntaria.
- La información social divulgada de carácter voluntario se centra, principalmente, en cursos de formación, número medio de empleados por ejercicio económico y en detallar información (no obligatoria) sobre planes de pensiones. Por el contrario, otros indicadores como ambiente laboral, tipo de contratos, accidentes laborales, etc., prácticamente no han sido divulgados.

En un ámbito internacional, SUBBARAO y ZÉGHAL [1997] analizan los informes anuales, de los años 1993 ó 1994, de una muestra de 120 empresas cotizadas en seis países (USA, Canadá, Alemania, UK, Japón y Corea del Sur) con el objetivo, entre otros, de recoger la información revelada sobre recursos humanos. En la **tabla 3** se muestra la divulgación que de los distintos *ítem* realizan las empresas. Así, a modo de ejemplo, destacamos cómo las partidas *programas de beneficios y pensiones* son las más divulgadas (por 98 y 91 empresas, respectivamente) mientras que el *estado del valor añadido* presenta menos revelación. Las siguientes partidas más divulgadas son *agradecimiento a los empleados* y el *número de empleados*. Prácticamente, la mitad de las empresas informan sobre sus *programas de formación* y sobre la existencia de un *departamento de recursos humanos*.

Por su parte, MAZARRACÍN [1998] tras revisar una muestra de 66 empresas españolas en 1978 y en 1988, 33 en 1991 y 23 en 1996, con el objetivo de establecer la información que sobre sus empleados están divulgando, así como su evolución en el tiempo, destaca los siguientes resultados:

- En 1978, el 1,5% de las empresas proporcionan información sobre los gastos de selección y formación, el 38% sobre el número de empleados, casi un 17% sobre cursos, cerca de un 20% sobre participantes en los cursos, alrededor del 8% informan sobre el número de horas dedicadas a formación y el 4,5% sobre becas concedidas.

TABLA 3. REVELACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE RECURSOS HUMANOS EN SUBBARAO Y ZÉGHAL (1997)

1. Programa de formación	62
2. Estrategia de valor añadido	33
3. Estado de valor añadido	3
4. Diversidad del equipo de dirección (raza)	8
5. Diversidad del equipo de dirección (sexo)	40
6. Equidad del empleo	18
7. Minusvalías de los empleados	20
8. Departamento de recursos humanos	68
9. Programas de seguridad en el empleo	20
10. Actividad de sindicatos	9
11. Número de empleados	81
	.../...

.../...	
12. Agradecimientos a empleados	82
13. Características empleados	15
14. Comité de dirección de recursos humanos	7
15. Compensación a ejecutivos	49
16. Compensación a empleados	53
17. Programas de beneficios	98
18. Programas de pensiones	91
19. Reparto de beneficios (acciones)	34
20. Reparto de beneficios (opciones)	52

FUENTE: SUBBARAO y ZÉGHAL (1997: 61).

- En 1996, ninguna empresa proporciona información sobre los gastos de selección y formación, casi un 96% sobre el número de empleados, alrededor del 4% informan sobre cursos, también casi un 4% sobre participantes en los cursos y el mismo porcentaje sobre horas dedicadas a la formación. Finalmente, el 0% sobre becas concedidas.

Con lo que el porcentaje de empresas que informan sobre distintos aspectos de sus recursos humanos no sólo no aumenta en el tiempo sino que disminuye.

2.3.2. I+D.

ARCHEL [1999] lleva a cabo la revisión de una muestra de 52 empresas pertenecientes a sectores industriales, que presentan información consolidada en la Comisión nacional del mercado de valores para el período 1992-1996, con el objetivo de mostrar la revelación que sobre I+D realizan las mismas, obteniendo que:

- Empresas con estados financieros en los que se evidencia la existencia de actividades de I+D, no cumplen con los requisitos normativos al no suministrar información detallada ni de los proyectos ni de los recursos comprometidos en ellos.
- En muchas ocasiones, la información relativa a I+D se presenta agregada dentro de la partida inmovilizado inmaterial, y la recogida en el informe de gestión resulta imprecisa.
- El 61,5% de las empresas opta por el tratamiento contable establecido en el PGC, esto es, capitalizar cuando se satisfacen una serie de condiciones. Casi un 30% no permite conocer el tratamiento contable aplicado.
- Cerca de un 52% no incluye información alguna en el informe de gestión, sólo alrededor de un 6% informa de las actividades de I+D con indicación de los proyectos y recursos invertidos.

Por otro lado, en un estudio realizado en Canadá, ENTWISTLE [1999] tomando una muestra de 113 empresas (40 en 1993, 70 en 1994 y 3 en 1995) cotizadas en la Bolsa de Toronto, que habían registrado gastos de I+D en sus últimos estados financieros, lleva a cabo un análisis de contenido de la divulgación de información sobre I+D. Para ello emplea como unidad de análisis la frase, obteniendo un total de 10.025 revelaciones de I+D.

Respecto de la ubicación de la información, cada informe es dividido en cinco partes: cuentas anuales, informe de gestión, sección dedicada a I+D, carta del presidente y resto del informe, obteniéndose que la mayoría de la información (50,8%) aparece recogida en el resto del informe, le sigue el informe de gestión (22,7%), la carta del presidente (18,9%), la sección dedicada a I+D (6,6%) y finalmente, las cuentas anuales (1%).

2.3.3. *Gobierno de la empresa.*

MONTAÑÉS y SÁNCHEZ [2001] con su investigación pretenden cubrir dos objetivos:

1. Estudiar la divulgación que sobre las recomendaciones del Código del Buen Gobierno realizan las empresas componentes del IBEX 35 vía internet en 1998, obteniendo que el 25% suministre este tipo de información.
2. Analizar el cumplimiento de los mínimos normativos recogidos en la nota n.º 20 de la memoria. Para ello, utilizan los informes anuales individuales y consolidados de las empresas del IBEX 35 al cierre de 1996, destacándose que los mínimos normativos se cumplen aunque de modo impreciso.

2.3.4. *Fondo de comercio y activos intangibles identificables.*

WINES y FERGUSON [1993], tomando una muestra de 150 empresas cotizadas en la Bolsa australiana durante el período 1985-1989, analizan, entre otros hechos, el reconocimiento del fondo de comercio y de activos intangibles identificables en los estados financieros, así como los tipos de activos identificables reconocidos, presentando los siguientes resultados:

- Más compañías reconocen el fondo de comercio que activos intangibles identificables. Por otro lado, la tendencia en el reconocimiento de activos intangibles es creciente.
- Marcas, patentes, licencias, derechos y nombre del negocio son los que más aparecen reconocidos en la muestra objeto de estudio (véase **tabla 4**).

TABLA 4. CATEGORÍAS DE ACTIVOS INTANGIBLES IDENTIFICABLES RECONOCIDOS EN WINES Y FERGUSON (1993)

Marcas	80
Patentes	72
Licencias	52
Derechos (de cualquier tipo)	52
Nombre del negocio	29
Otros (como categoría)	6
Cabeceras	5
Títulos	5
Propiedad intelectual	3
Activos tecnológicos	3
Franquicias	2
Licencias de televisión	1

FUENTE: WINES y FERGUSON [1993: 98].

2.3.5. Activos intangibles.

BORNEMANN *et al.* [1999] tras revisar más de 120 empresas austríacas en el período comprendido entre 1993 y 1998, incluyendo las 70 compañías que en 1998 cotizan en bolsa, señalan que, prácticamente, sólo se encuentran descripciones verbales de áreas relativas a empleados (edad media, absentismo, formación, etc.) siendo éstas elaboradas de un modo asistemático, y sin dar más datos, concluyen que no existe un enfoque consistente y explícito para la información sobre activos intangibles.

Otro trabajo que también aborda la divulgación específica sobre activos intangibles, aunque en esta ocasión, la realizada en internet por las empresas, es la investigación llevada a cabo por GANDÍA [2000], quien tiene por objetivo mostrar si las compañías que componen el índice *S & P Global 100* están utilizando internet para divulgar información acerca de sus activos intangibles, así como determinar la forma en que se realiza esta divulgación. En este trabajo se procede a la elaboración de un índice, para lo cual, el autor elabora un cuestionario en el que analiza tres aspectos fundamentales de las páginas web de las empresas (véase **tabla 5**):

- Contenido: delimita los activos intangibles analizados, estructurados en los bloques de Capacidad de innovación y comercialización, Recursos humanos, Clientela y Networking.
- Navegabilidad: pretende recoger los esfuerzos que llevan a cabo las empresas para facilitar la «navegación» de los usuarios por la web de la empresa.
- Diseño-accesibilidad: señala si el diseño de la página web resulta atractiva para el visitante de la misma.

Obteniendo como resultados más relevantes:

- El grado de estructuración de la información que ofrecen las empresas sobre sus intangibles resulta insuficiente. En palabras del propio autor «más que navegar hemos tenido que bucear».
- El 46% de las empresas ofrece información sobre intangibles aunque existen diferencias significativas entre las empresas respecto a la calidad de la divulgación.
- La divulgación en el bloque *Capacidad de innovación y comercialización* puede ser calificada de media, al estar la mayoría de las partidas en torno al 45%. En el bloque *Recursos humanos*, la divulgación se puede catalogar de media-baja al estar la mayoría de las partidas en torno al 30%. Por su parte, el bloque *Clientela* es el que ha obtenido los mayores niveles de divulgación con una puntuación media del 75%. Finalmente, el bloque *Networking* obtiene un nivel de divulgación medio-alto con una puntuación media del 60%.

TABLA 5. ASPECTOS ANALIZADOS EN LAS PÁGINAS WEB DE LAS EMPRESAS

CONTENIDOS	
<p>Capacidad de innovación y comercialización</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Importe invertido en I+D durante 1999; ejercicios anteriores 2. Información sobre la «intensidad» en la inversión en I+D (proporción I+D/ventas) 3. Información sobre productos de I+D en curso 4. Descripción de los centros de I+D disponibles 5. Existencia de contratos de colaboración con centros de investigación básica 6. Patentes inscritas durante 1999; ejercicios anteriores 7. Marcas registradas durante 1999; ejercicios anteriores 8. Licencias de venta concedidas en 1999; ejercicios anteriores 9. Ingresos por <i>royalties</i> durante 1999; ejercicios anteriores 	<ol style="list-style-type: none"> 6. Planes de retribuciones a los empleados 7. Descripción del proceso de captación y selección 8. Edad media de la plantilla 9. Antigüedad media de la plantilla
	Clientela
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Información sobre los productos que comercializa la compañía 2. Dimensiones y características de la red de sucursales 3. Información sobre control de calidad de los productos 4. Información sobre garantías que se ofrecen 5. Servicio post-venta integral 6. «Filosoffa» de la empresa
	Networking
<p style="text-align: center;">Recursos humanos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Número de empleados de la compañía 2. Proporción de titulados superiores dentro de la plantilla 3. Proporción de científicos dentro de la plantilla 4. Existencia de planes de formación para la plantilla; si se da el importe anual 5. Planes de ascenso en la compañía 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Información sobre firma de alianzas estratégicas 2. Dimensión y características de las redes de distribución 3. Acuerdos de colaboración con otras empresas para desarrollar productos o servicios 4. Utilización del B2B 5. Inversiones en el desarrollo de plataformas de <i>e-business</i>

NAVEGABILIDAD	
1. Dispone de apartado específico en el que agrupa la información sobre capacidad de innovación y comercialización	5. Dispone de un servicio de «últimas noticias» sobre la evolución de la compañía
2. Dispone de apartado específico en el que agrupa información sobre recursos humanos	6. Se puede acceder a la información en otros idiomas
3. Dispone de apartado específico en el que agrupa información sobre la clientela	7. Se facilitan enlaces para contactar con informes de analistas o noticias sobre la compañía en prensa especializada
4. Dispone de apartado específico en el que agrupa la información sobre <i>networking</i>	
DISEÑO-ACCESIBILIDAD	
1. Apariencia estructurada	4. Inclusión de gráficos o imágenes de apoyo para presentar datos financieros
2. Buena combinación de color, gráficos e imágenes	5. Facilita una dirección de correo electrónico para poder contactar con la compañía
3. Uso de lenguajes avanzados para favorecer la presentación (Java, XML)	

FUENTE: GANDÍA [2000: 45].

2.4. Consideraciones acerca de la divulgación de información sobre activos intangibles en la literatura previa.

De los estudios revisados se puede destacar que:

- Las compañías que componen las muestras, en la mayoría de los casos, son cotizadas al menos en una Bolsa, lo cual viene a ser una señal de que son empresas de gran tamaño.
- Las muestras están formadas por empresas pertenecientes, en la mayoría de los casos, a un país (España, Australia, Austria, Canadá, USA). Sólo en los trabajos de SUBBARAO y ZÉGHAL [1997], LAÍNEZ *et al.* [1999] y GANDÍA [2000] se procede a un estudio de la información divulgada en varios países.
- En algunos trabajos se suelen omitir los sectores de seguros y financiero (GARCÍA y MONTERREY, 1993; GINER, 1995; PONS, 1996), debido a su especial normativa respecto a la información a divulgar. Otros trabajos tienen por objetivo el estudio de sectores concretos; de esta forma, MARTÍNEZ *et al.* [1997] se ciñen al sector de bancos y cajas de ahorro; MONEVA y LLENA [1996], PEYRÓ [1997] y ARCHEL [1999] se centran, principalmente, en sectores industriales. Otras investigaciones no se basan en el estudio de sectores, sino que investigan la revelación de información de empresas que forman prestigiosos índices, tales como el Standard & Poor Global 100 o el IBEX-35 (GANDÍA, 2000; MONTAÑÉS y SÁNCHEZ, 2001).

- Los períodos analizados generalmente, se circunscriben a un año, con la excepción de WINES y FERGUSON [1993], GINER [1995], PONS [1996], MAZARRACÍN [1998], ARCHEL [1999], BORNEMANN *et al.* [1999] y ENTWISTLE [1999] que abarcan, respectivamente, cinco, tres, dos, cuatro, cinco, seis y tres años.
- La información que ha servido de soporte a los investigadores para la realización del estudio ha sido:
 - Generalmente, el informe anual publicado por las empresas, distinguiendo, en algunos casos, la información divulgada en cada una de las partes componentes del informe anual, esto es, carta del presidente, informe de gestión, cuentas anuales y resto del informe (MONEVA y LLENA, 1996; PEYRÓ, 1997; ENTWISTLE, 1999).
 - En otros casos, se ha utilizado la información recogida en las páginas web de las empresas (GANDÍA, 2000; LARRÁN y GINER, 2001).
 - El total de la información publicada por las empresas, esto es, informes anuales y trimestrales, web de las empresas, prensa, etc. (FASB, 2001b).
- En algunos trabajos se cuantifica la información proporcionada, asignando una puntuación a cada una de las partidas objeto de estudio, obteniéndose un índice de divulgación (CARMONA y CARRASCO, 1988; GINER, 1995; GANDÍA, 2000, LARRÁN y GINER, 2001). Sin embargo, en la mayoría se analiza el contenido del informe de un modo cualitativo.
- Generalmente, los elementos estudiados son los relacionados con el personal, con la labor social de la empresa y con las actividades de I+D. Por otro lado, cuando en los trabajos se aborda la divulgación de información sobre activos intangibles, en algunos casos, se están refiriendo a los tradicionalmente reconocidos en contabilidad financiera (WINES y FERGUSON, 1993; MARTÍNEZ *et al.*, 1997) y en otros, se considera el término en un sentido amplio, esto es, teniendo en cuenta tanto los reconocidos contablemente como los no reconocidos (BORNEMANN *et al.*, 1999; GANDÍA, 2000; FASB, 2001b; LARRÁN y GINER, 2001).

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Formación del índice de divulgación.

Con objeto de obtener una primera aproximación del estado de la práctica en cuanto a la divulgación de información sobre activos intangibles, se ha procedido a la elaboración de un *índice de divulgación* que pretende cuantificar en qué medida los elementos de naturaleza intangible de una empresa son proporcionados por la misma en su informe anual.

Para obtener el índice de divulgación³ se ha elaborado un cuestionario u hoja de trabajo (véase **tabla A1** del anexo) que recoge las diferentes categorías de elementos considerados por la mayor parte de la profesión como activos intangibles, para lo que nos hemos basado en los estudios revisados en el epígrafe anterior, así como en la información proporcionada por el FASB (1999) y Euroforum (1998).

En total se han recogido 23 ítem agrupados en cinco categorías según su naturaleza. Puede observarse que se incluyen tanto partidas tradicionalmente reconocidas en contabilidad como de naturaleza intangible, (patentes, marcas, aplicaciones informáticas, etc.) y otras que, hasta el momento, no aparecen dentro de la misma (cuota de mercado, relación con clientes, proveedores, etc.).

El índice que se ha elaborado es del tipo *no ponderado*, lo que significa que cada ítem del cuestionario recibe igual importancia, sin atender, por tanto, a necesidades concretas de distintos usuarios⁴.

Cada ítem del cuestionario ha sido valorado asignándole una puntuación que oscila entre 0 y 1. Siguiendo la metodología de BUZBY [1974: 429-430] se han distinguido, dentro de los 23 ítem, y con el objeto de valorar cada una de ellos, dos grupos:

1. Aquellos elementos que pueden ser revelados con más o menos amplitud.

A modo de ejemplo, el elemento 4. *Relación con proveedores*, respecto del cual, la información ofrecida puede ser de **naturaleza genérica**, del tipo «... el compromiso entre empresa y proveedor es condición ineludible para mejorar la calidad...», en cuyo caso se ha asignado el valor 0,5; o bien, la información mostrada es de **carácter específico**, esto es, se proporcionan detalles sobre proyectos entre empresa y proveedor, o se ofrece algún tipo de medición cualitativa o cuantitativa de la relación entre ambos, en cuyo caso se ha puntuado con el valor 1.

2. Aquellas partidas que pueden ser expresadas como suma de una serie de subelementos.

Entre estos, podemos citar el elemento 8. *I+D*, en el que hemos distinguido cuatro niveles distintos de información (subelementos):

- a) Sólo se da información de carácter global sobre esta partida, junto con otras (0,25).
- b) Se detallan cualitativamente los proyectos que se llevan a cabo (0,5).
- c) Se proporciona la cifra de inversión en I+D (0,75).
- d) Se proporciona la cifra de la inversión y, además, se dan detalles de los proyectos (1).

³ Respecto a la elaboración de un índice de divulgación pueden verse, entre otros, BUZBY [1974], GARCÍA y MONTERREY [1993], GINER [1995], ADREM [1999].

⁴ Véase al respecto GINER [1995: 93-95].

Por otro lado, también se ha tenido en cuenta a la hora de obtener el índice, el hecho de que algunas empresas pueden no divulgar información sobre una determinada partida o elemento, simplemente porque no la tienen. Por ejemplo, una empresa no informa sobre las actividades de I+D porque no lleva a cabo ninguna actividad de este tipo.

Para completar el cuestionario se ha revisado el Informe Anual completo presentado por cada una de las empresas de la muestra, esto es, Carta del presidente, Informe de gestión, Cuentas anuales, Informe de auditoría, así como cualquier otra información adicional no recogida en los apartados precedentes, pero sí en el Informe Anual.

3.2. Características de la muestra de empresas.

El cuestionario se ha aplicado a una muestra de 20 empresas españolas pertenecientes a distintos sectores (véase **tabla 6**). De éstas, el 90 % cotiza en bolsa (el 72% en más de una bolsa, española o no) y todas ellas son cabeza de grupo, lo cual nos indica que estamos ante empresas que podrían ser consideradas como grandes. El período objeto de estudio ha sido el ejercicio económico 1999.

TABLA 6. EMPRESAS INTEGRANTES DE LA MUESTRA Y SECTOR AL QUE PERTENECEN

AMPER	TECNOLÓGICO
AZKOYEN	MAQUINARIA
BANCO POPULAR	ENTIDADES DE DEPÓSITO
BBVA	ENTIDADES DE DEPÓSITO
ENDESA	ELÉCTRICA Y GAS
FASA RENAULT	AUTOMÓVIL
FINANZAUTO	COMERCIAL
FOMENTO DE CONSTRUCCIONES Y CONTRATAS	CONSTRUCCIÓN Y CEMENTOS
GAS NATURAL	ELÉCTRICA Y GAS
GLOBALIA	OCIO Y TRANSPORTE
HIDROELÉCTRICA DEL CANTABRICO	ELÉCTRICA Y GAS
IBERDROLA	ELÉCTRICA Y GAS
IBERIA	OCIO Y TRANSPORTE
KOIPE	ALIMENTACIÓN
PORTLAND VALDERRIVAS	CONSTRUCCIÓN Y CEMENTOS
REPSOL	PETRÓLEOS
TELEFÓNICA	COMUNICACIONES
UNIÓN FENOSA	ELÉCTRICA Y GAS
URALITA	CONSTRUCCIÓN Y CEMENTOS
ZARDOYA OTIS	MAQUINARIA

FUENTE: *Elaboración propia.*

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

La **tabla 7** refleja de forma agregada el resultado del cuestionario por *ítem* y ubicación en el Informe anual, así como el total general y por naturaleza (véase **tabla A1** del anexo). La interpretación de los datos es la siguiente: la información ofrecida para cada ítem, por el conjunto de las empresas de la muestra, debería ser 1 si se ofreciese la máxima información que se presenta en el cuestionario, en cada una de los apartados del Informe anual de las mismas. En consecuencia, por ejemplo, para el *ítem 1. Presencia en el mercado* del óptimo de información (valor 1) en la carta del presidente (CP) se ofrece tan sólo un 35% de dicha información; del 55% en el informe de gestión (IG); del 29% en las cuentas anuales (CA); y del 66% en la información adicional (IA). En total la cantidad de información media ofrecida es del 46% de la óptima, suponiendo que la información ofrecida en cada apartado del Informe (CP, IG, CA, e IA) es igual de relevante para el usuario.

En consecuencia, admitiendo que la información óptima a ofrecer por las empresas respecto de sus activos intangibles fuera la diseñada en el cuestionario, y asumiendo que la muestra elegida fuera representativa del conjunto de las grandes empresas españolas, podemos decir que éstas sólo ofrecen, en conjunto, un 24% de la información que sería deseable.

Por categorías de intangibles, observamos que, como era de esperar, la mayor información ofrecida es la que tiene que ver con su origen legal (35%) y relacionada con la innovación y la tecnología (33%). La que menos, la relativa a la estructura organizacional (14%) y con origen en el mercado (21%).

Si analizamos el lugar del Informe en que se ofrece más información sobre cada *ítem*, observamos que es en el apartado de IA (40%), seguido de las CA (25%), mientras que sólo 20% en el IG y 10% en la CP.

La máxima información ofrecida en el caso de cuentas anuales es la que se refiere a los aspectos legales y los tradicionalmente requeridos por la normativa contable (*ítem*, 7, 9, 13 y 22).

TABLA 7. ÍNDICE DE DIVULGACIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES

<i>Ítem</i>	CP	IG	CA	IA	TM	TpN
1	0,35	0,55	0,29	0,66	0,46	
2	0,05	0,13	0,00	0,38	0,14	
3	0,13	0,20	0,05	0,45	0,21	
4	0,03	0,03	0,00	0,13	0,04	
5	0,00	0,21	0,15	0,40	0,19	0,21
6	0,34	0,56	0,31	0,69	0,48	
7	0,00	0,03	0,76	0,08	0,22	0,35
8	0,11	0,53	0,55	0,61	0,45	

Ítem	CP	IG	CA	IA	TM	TpN
9	0,05	0,18	0,71	0,20	0,28	0,33
10	0,12	0,23	0,08	0,85	0,32	
11	0,07	0,43	0,00	0,57	0,27	
12	0,03	0,20	0,53	0,43	0,29	
13	0,06	0,29	1,00	0,41	0,44	
14	0,18	0,21	0,11	0,71	0,30	
15	0,08	0,10	0,05	0,73	0,24	
16	0,07	0,14	0,43	0,29	0,23	
17	0,33	0,08	0,00	0,15	0,14	
18	0,05	0,08	0,00	0,25	0,09	
19	0,03	0,10	0,00	0,18	0,08	
20	0,03	0,08	0,00	0,23	0,08	
21	0,00	0,00	0,00	0,18	0,04	
22	0,13	0,15	0,83	0,33	0,36	0,14
23	0,08	0,13	0,00	0,30	0,13	
TG	0,10	0,20	0,25	0,40	0,24	

CP = Carta del presidente
 IG = Informe de gestión
 CA = Cuentas anuales
 IA = Información adicional
 TM = Total Medio
 TpN = Total por naturaleza (según cuestionario: A, B, C, D y E)

FUENTE: *Elaboración propia.*

Un mayor desglose por apartados del Informe anual puede verse en las **tablas A2 a A5** del anexo. Cada una de éstas recoge la valoración correspondiente a cada *ítem* para el conjunto de las empresas (Columna Puntuación), así como la valoración media, resultado de dividir la puntuación entre el número de empresas que podrían haber divulgado. La última columna recoge las empresas que del total que podrían haber divulgado, lo hacen efectivamente.

Como se ha indicado previamente, el Informe de auditoría también ha sido revisado, pero dado que las únicas referencias encontradas en el mismo son las relativas a cambios en el criterio de amortización de partidas como fondo de comercio y marcas, o las relativas al tratamiento contable de los compromisos por pensiones, se ha decidido no presentar la tabla correspondiente.

Por último, si comparamos con los resultados obtenidos en otros trabajos, existen coincidencias en los niveles de divulgación en partidas tales como presencia en el mercado, actividades de *marketing*, patentes y marcas, I+D, formación, seguridad e higiene en el trabajo, clima laboral y gobierno de la empresa.

5. CONCLUSIONES

De los resultados obtenidos en nuestro estudio, así como de los trabajos previos analizados se pueden extraer las siguientes conclusiones generales:

1. El análisis de la literatura previa revela que apenas existen trabajos con el objetivo de conocer qué divulgan las empresas sobre sus activos intangibles; generalmente los elementos estudiados son los relacionados con el personal, con la labor social de la empresa y con las actividades de I+D.
2. Queda patente en el trabajo empírico realizado que las cuentas anuales de las empresas, como documentos contables básicos, se limitan a recoger la información que la normativa establece. Prueba de ello es la puntuación máxima obtenida en los *ítem* correspondientes a patentes, marcas (0,76), aplicaciones informáticas (0,71), pensiones (1) y estructura accionarial (0,83). Sin embargo, poca información se recoge de forma voluntaria sobre otros *ítem*.
3. No obstante, no cabe duda de que las empresas parecen ser conscientes de la relevancia de la información sobre sus activos intangibles, ya que incorporan información de esta naturaleza al Informe anual, si bien, dicha divulgación no se hace a través de las Cuentas Anuales, por los motivos comentados anteriormente.
4. Si atendemos al tipo de información por naturaleza, la que más impacto parece tener por su divulgación es la de carácter legal o contractual, que recoge *ítem* referidos a acuerdos de colaboración y propiedad industrial, y la de carácter tecnológico, que comprende, entre otros, I+D y aplicaciones informáticas.
5. Dado que la mayor parte de la información sobre activos intangibles se lleva a cabo a través de otros documentos, distintos a los legalmente establecidos, que forman parte del informe anual, se puede decir que, de acuerdo con otros autores, existe una pérdida de relevancia de la información contable. Ello nos hace sugerir a los organismos reguladores la emisión de líneas o pautas de actuación para aquellas empresas que quieran informar sobre los elementos que conforman sus activos intangibles, para que la información presentada por las empresas referente a este tipo de elementos resulte comparable.
6. Al objeto de buscar un camino, la descripción del tipo de elementos recogida en el cuestionario o similares, podría servir de guía a los emisores de normas, todo ello, con el objetivo de facilitar a los distintos usuarios la búsqueda de este tipo de información.

BIBLIOGRAFÍA

- ABODY, D. y LEV, B. [1998]: «The value-relevance of intangibles: The case of software capitalization», *Journal of accounting research*, Vol. 36, Supplement, págs. 161-191.
- ACCOUNTING STANDARDS BOARD, ASB, [1997]: FRS 10 «Goodwill and intangible assets».
- ADREM, A.H. [1999]: *Essays on Disclosure Practices in Sweden- Causes and Effects*, Lund University Press, Sweden.
- AMERICAN INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS, AICPA, [1994]: *Improving business reporting- A customer focus. Meeting the information needs of investors and creditors*, AICPA, New York.
- AMIR, E. y LEV, B. [1996]: «Value-relevance of nonfinancial information: The wireless communications industry», *Journal of Accounting and Economics*, 22, págs. 3-30.
- ARCHEL DOMENCH, P. [1999]: «Carencias informativas en materia de actividades de investigación y desarrollo», Comunicación presentada al X Congreso AECA, Zaragoza, septiembre.
- BARTH, M.E., CLEMENT, M., FOSTER, G. y KASZNIK, R. [1998]: «Brand values and capital market valuation», *Working Paper*, New York University.
- BARTH, M.E. y CLINCH, G. [1998]: «Revalued financial, tangible and intangible assets: Associations with share prices and non market-based value estimates», *Journal of Accounting Research*, Vol. 36, Supplement, págs. 199-233.
- BONTIS, N. [1998]: «Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models», *Management Decision*, Vol. 36, n.º 2, págs. 63-76.
- BORNEMANN, M., KNAPP, A., SCHNEIDER, U. y SIXL, K.I. [1999]: «Holistic measurement of intellectual capital», Paper presented at the *International Symposium on Measuring and Reporting Intellectual Capital: Experience, Issues and Prospects*, OCDE, Amsterdam.
- BROOKING, A. [1997]: *El capital intelectual. El principal activo de las empresas del tercer milenio*, Ediciones Paidós Ibérica, S.A., Barcelona.
- BUZBY, S.L. [1974]: «Selected items of information and their disclosure in annual reports», *The Accounting Review*, Vol. 49, July, N.º 3, págs. 423-435.
- BUZBY, S.L. [1975]: «Company size, listed versus unlisted stocks and the extent of financial disclosure», *Journal of Accounting Research*, Spring, págs. 16-37.
- BUENO CAMPOS, E. [1998]: «El capital intangible como clave estratégica en la competencia actual», *Boletín de Estudios Económicos*, Vol. LIII, n.º 164, agosto, págs. 207-229.

- CAÑIBANO, L. *et al.* [2002]: *Proyecto Meritum. Directrices para la gestión y difusión de información sobre intangibles (Informe de capital intelectual)*. Fundación Vodafone, Madrid.
- CARMONA, S. y CARRASCO, F. [1988]: «Información de contenido social y estados contables: una aproximación empírica y algunas consideraciones teóricas», *Actualidad financiera*, n.º 41, noviembre, 2.175-2.192.
- CHAUVIN, K. W. y HIRSCHHEY, M. [1993]: «Advertising, R&D expenditures and the market value of the firm», *Financial Management*, Winter, págs.128-140.
- DENG, Z. y LEV, B. [1998]: «The valuation of acquired R&D», Working Paper, New York University.
- EDVINSSON, L. y MALONE, M.S. [1999]: *El capital intelectual: Cómo identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa*, Ediciones Gestión 2000, S.A., Barcelona.
- ENTWISTLE, G.M. [1999]: «Exploring the R&D disclosure environment», *Accounting Horizons*, Vol. 13, N.º 4, December, págs. 323-341.
- EUROFORUM [1998]: *Medición del capital intelectual: Modelo Intellect*, Euroforum Escorial, Madrid.
- FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARDS, FASB, [1999]: Proposed statement of financial accounting standards «Business combinations and intangible assets». Norwalk, Connecticut. [Http://accounting.rutgers.edu/raw/fasb](http://accounting.rutgers.edu/raw/fasb)
- FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARDS, FASB, [2001]: Proposed Statement of Financial Accounting Standards «Business combinations and intangible assets-Accounting for goodwill». Norwalk, Connecticut. [Http://accounting.rutgers.edu/raw/fasb](http://accounting.rutgers.edu/raw/fasb)
- FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARDS, FASB, [2001a]: Statement of Financial Accounting Standards n.º 142 «Goodwill and other intangible assets», junio, Norwalk, Connecticut.
- FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARDS, FASB, [2001b]: «Improving business reporting: insights into enhancing voluntary disclosures», Norwalk, Connecticut. [Http://accounting.rutgers.edu/raw/fasb/brpp/brpp2.html](http://accounting.rutgers.edu/raw/fasb/brpp/brpp2.html)
- GANDÍA CABEDO, J.L. [2000]: «La divulgación de información sobre intangibles en internet: evidencia internacional», Comunicación presentada a las VI Jornadas sobre Análisis Contable organizadas por ASEPUC, octubre, Almería, págs. 37-60.
- GARCÍA BENAÚ, M.A. y MONTERREY MAYORAL, J. [1993]: «La revelación voluntaria en las compañías españolas cotizadas en bolsa», *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, n.º 74, págs. 53-70.
- GINER INCHAUSTI, B. [1995]: *La divulgación de información financiera: una investigación empírica*, Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, Madrid.
- INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS COMMITTEE, IASC, [1998]: *IAS 38 «Intangible Assets»*.
- JENNINGS, R., ROBINSON, J., THOMPSON II, R.B. y DUVALL, L. [1996]: «The relation between accounting goodwill numbers and equity values», *Journal of Business Finance & Accounting*, 23(4), June, págs. 513-533.
- LAÍNEZ, J.A., CALLAO, S. y JARNE, J.I. [1999]: «Tendencias en la presentación de la información económico-financiera en las empresas europeas», Comunicación presentada al X Congreso AECA, Zaragoza, septiembre.

- LARRÁN JORGE, M. y GINER INCHAUSTI, B. [2001]: «La oferta de información financiera en internet: un estudio de las grandes compañías españolas», Comunicación presentada al XI Congreso de AECA, Madrid.
- LEV, B. y SOUGIANNIS, T. [1996]: «The capitalization, amortization, and value-relevance of R&D», *Journal of Accounting & Economics*, 21, págs. 107-138.
- LEV, B., SARATH, B. y SOUGIANNIS, T. [1999]: «R&D-Related reporting biases and their consequences», Comunicación presentada a la 2.º Conferencia sobre Intangibles, mayo, Nueva York.
- LEV, B. y ZAROWIN, P. [1999]: «The boundaries of financial reporting and how to extend them», *Journal of accounting research*, Vol. 37, n.º 2, Autumn, 353-385.
- LYMER, A. [1999]: «The Internet and the future of corporate reporting in Europe», *The European Accounting Review*, Vol. 8, n.º 2, págs. 289-301.
- MARTÍNEZ ARIAS, A. GARCÍA DÍEZ, J. y RUBÍN FERNÁNDEZ, I. [1997]: «Estudio de los informes anuales de las entidades de depósito», *IX Congreso AECA*, Salamanca, págs. 473-493.
- MAZARRACÍN BORREGUERO, M. R. [1998]: *La información contable de los recursos humanos*, Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, Madrid.
- MOLERO, J.J., PRADO, A. y SEVILLANO, F.J. [1999]: «The presentation of financial statements through the Internet: Analysis of the most significant companies in Spain», Paper presented at 22th Congress of the European Accounting Association, Burdeos, Francia.
- MONEVA ABADÍA, J.M. y LLENA MARACULLA, F. [1996]: «Análisis de la información sobre responsabilidad social en las empresas industriales que cotizan en Bolsa», *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, Vol. XXV, n.º 87, abril-junio, págs. 361-401.
- MONTAÑÉS MANCERA, M.D. y SÁNCHEZ BARRIOS, M. [2001]: «El modelo del informe sobre gobierno de las entidades cotizadas y los mínimos normativos en las notas a los estados contables: Un estudio de las empresas del IBEX-35», *Revista de Contabilidad y Tributación*. CEF, n.º 214, enero, págs. 161-182.
- PEYRÓ VILAPLANA, E. [1997]: «Información social y ambiental en España: Un estudio empírico», Comunicación presentada al *IX Congreso de AECA*, Salamanca, págs. 681-703.
- PONS FELIX, A. [1996]: «La información social sobre empleados», *Partida Doble*, n.º 73, diciembre, 23-29.
- SOUGIANNIS, T. [1994]: «The accounting based valuation of corporate R&D», *The Accounting Review*, Vol. 69, n.º 1, January, págs. 44-68.
- SUBBARAO, A.V. y ZÉGHAL, D. [1997]: «Human resources information disclosure in Annual Reports: An International Comparison», *Journal of Human Resource Costing and Accounting*, Vol. 2, n.º 2, Autumn, págs. 53-73.
- SVEIBY, K.E. [1997]: «The intangible assets monitor», *Journal of human resource costing and accounting*, Vol. 2, n.º 1, Spring, págs. 73-97.
- WINES G. y FERGUSON, C. [1993]: «An empirical investigation of accounting methods for goodwill and identifiable assets: 1985-1989», *ABACUS*, Vol. 29, n.º 1, págs. 90-105.

ANEXO

TABLA A1. ÍTEM INCORPORADOS EN EL ÍNDICE DE DIVULGACIÓN

A. Con origen en el mercado

- 1 Presencia en el mercado
- 2 Imagen reconocida de la empresa
- 3 Relación con clientes
- 4 Relación con proveedores
- 5 Actividades de *marketing*

B. Con origen legal y contractual

- 6 Acuerdos de colaboración, alianzas estratégicas
- 7 Patentes, marcas, concesiones, derechos de traspaso y similares

C. Con origen en la innovación y tecnología

- 8 I+D
- 9 Aplicaciones informáticas y similares
- 10 Calidad de procesos de producción y productos
- 11 Nuevas tecnologías de la información

D. Con origen en los recursos humanos

- 12 Información sobre plantillas
- 13 Aspectos sociales
- 14 Formación
- 15 Gobierno de la empresa
- 16 Participación de los trabajadores en el capital social
- 17 Clima laboral
- 18 Seguridad e Higiene en el trabajo

E. Con origen en la estructura organizacional y financiera

- 19 Capacidad de obtención de fondos, acceso a los mercados de capitales
- 20 Relaciones con los accionistas, analistas e inversores institucionales
- 21 Relaciones con entidades gubernamentales o institucionales
- 22 Estructura accionarial
- 23 Cultura o valores de la organización

FUENTE: *Elaboración propia.*

TABLA A2. INFORMACIÓN DIVULGADA EN LA CARTA DEL PRESIDENTE

Ítem	Puntuación	Puntuación media	Empresas que podrían haber divulgado	Empresas que divulgan
1	7	0,35	20	15
2	1	0,05	20	1
3	2,5	0,13	20	5
4	0,5	0,03	20	1
5	0	0	12	0
6	5,5	0,34	16	6
7	0	0	18	0
8	1,75	0,11	16	3
9	1	0,05	20	2
10	1,5	0,12	13	2
11	1	0,07	14	2
12	0,5	0,03	20	1
13	1	0,06	17	2
14	2,5	0,18	14	4
15	1,5	0,08	20	2
16	0,5	0,07	7	1
17	6,5	0,33	20	12
18	1	0,05	20	1
19	0,5	0,03	20	1
20	0,5	0,03	20	1
21	0	0	20	0
22	2,5	0,13	20	3
23	1,5	0,08	20	3

FUENTE: *Elaboración propia.*

TABLA A3. INFORMACIÓN DIVULGADA EN EL INFORME DE GESTIÓN

Ítem	Puntuación	Puntuación media	Empresas que podrían haber divulgado	Empresas que divulgan
1	11	0,55	20	20
2	2,5	0,13	20	4
3	4	0,2	20	8
4	0,5	0,03	20	1
5	2,5	0,21	12	5
6	9	0,56	16	9
7	0,5	0,03	18	1
8	8,5	0,53	16	12
9	3,5	0,18	20	5
10	3	0,23	13	3
11	6	0,43	14	7

Ítem	Puntuación	Puntuación media	Empresas que podrían haber divulgado	Empresas que divulgan
12	4	0,2	20	10
13	5	0,29	17	6
14	3	0,21	14	4
15	2	0,1	20	2
16	1	0,14	7	1
17	1,5	0,08	20	2
18	1,5	0,08	20	2
19	2	0,1	20	2
20	1,5	0,08	20	2
21	0	0	20	0
22	3	0,15	20	5
23	2,5	0,13	20	4

FUENTE: *Elaboración propia.*

TABLA A4. INFORMACIÓN DIVULGADA EN LAS CUENTAS ANUALES

Ítem	Puntuación	Puntuación media	Empresas que podrían haber divulgado	Empresas que divulgan
1	5,75	0,29	20	20
2	0	0	20	0
3	1	0,05	20	1
4	0	0	20	0
5	1,75	0,15	12	3
6	5	0,31	16	5
7	13,75	0,76	18	18
8	8,75	0,55	16	12
9	14,25	0,71	20	18
10	1	0,08	13	1
11	0	0	14	0
12	10,5	0,53	20	20
13	17	1	17	17
14	1,5	0,11	14	2
15	1	0,05	20	1
16	3	0,43	7	3
17	0	0	20	0
18	0	0	20	0
19	0	0	20	0
20	0	0	20	0
21	0	0	20	0
22	16,5	0,83	20	17
23	0	0	20	0

Fuente: *Elaboración propia.*

TABLA A5. INFORMACIÓN DIVULGADA EN EL RESTO DEL INFORME ANUAL (INFORMACIÓN ADICIONAL)

<i>Ítem</i>	Puntuación	Puntuación media	Empresas que podrían haber divulgado	Empresas que divulgan
1	13,25	0,66	20	19
2	7,5	0,38	20	8
3	9	0,45	20	11
4	2,5	0,13	20	3
5	4,75	0,40	12	8
6	11	0,69	16	11
7	1,5	0,08	18	2
8	9,75	0,61	16	12
9	4	0,2	20	5
10	11	0,85	13	12
11	8	0,57	14	11
12	8,5	0,43	20	17
13	7	0,41	17	8
14	10	0,71	14	11
15	14,5	0,73	20	19
16	2	0,29	7	3
17	3	0,15	20	4
18	5	0,25	20	5
19	3,5	0,18	20	5
20	4,5	0,23	20	7
21	3,5	0,18	20	4
22	6,5	0,33	20	10
23	6	0,3	20	8

FUENTE: *Elaboración propia.*