

La decisión de divulgar intangibles a través de una estrategia de triangulación teórica

FRANCISCA CASTILLA-POLO

Departamento Administración de Empresas, Contabilidad y Sociología

UNIVERSIDAD DE JAÉN

e-mail: fpolo@ujaen.es

DOLORES GALLARDO-VÁZQUEZ

Departamento de Economía Financiera y Contabilidad

Departamento de Administración

UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA

e-mail: dgallard@unex.es

RESUMEN

Nos proponemos ofrecer una visión explicativa de la decisión de revelar información sobre intangibles por ser un aspecto que parece ignorarse, a pesar de su trascendencia, por la literatura en la materia. Entender por qué se revela es fundamental para conocer el alcance y las implicaciones que tal decisión supone para la empresa a la par que para sus destinatarios. Para ello acometemos el análisis de un marco teórico global capaz de explicar la decisión de divulgar por las empresas, análisis que representa una novedad en la literatura. Dicho marco quedará conformado por la combinación de las Teorías Institucional, del *Stakeholder* y Contingente, las cuales nos ayudarán a obtener una visión más completa y aproximada de la decisión que nos ocupa. Igualmente, nos proponemos corroborar si nuestro marco teórico puede encontrarse como enfoque subyacente de los trabajos que conforman esta línea de investigación, cuestión que validaría su uso y a la vez nuestra propuesta. Es por este motivo que hemos partido de realizar una revisión del estado del arte en el tema y de las implicaciones que, con relación a nuestra proposición teórica, representan.

Palabras clave: Divulgación voluntaria; intangibles; triangulación; metodología económica (B41).

The Decision of Disclose Intangibles by means of a Theoretical Triangulation Strategy

ABSTRACT

We offer an explanatory vision of the decision to disclose information on intangibles. We offer an explanatory vision of the decision to disclose information on intangibles, due to the fact that it is an important aspect that seems to be ignored for the literature. The comprehension of why it is disclosed is fundamental to know the scope and the implications that such a decision supposes for the company and for its agents. For that we carry out the analysis of a global theoretical framework able to explain the decision to disclose for the companies. This analysis represents an innovation in the literature. The above mentioned framework will be formed by the combination of Institutional, *Stakeholder* and Contingent Theories, which will help us to obtain a more complete vision of the decision that occupies us. Equally, we propose to corroborate if our theoretical framework can be an underlying approach of the papers which shape this line of research. This question would validate its use and simultaneously our proposal. In order to achieve our aim, we have to realize a review of the state of the art in the topic and the implications that, related to our theoretical proposition, they represent.

Keywords: Voluntary Disclosures; Intangible Assets; Triangulation; Economic Methodology (B41).

Clasificación JEL: M40.

Artículo recibido en abril de 2008 y aceptado para su publicación en julio de 2008.

Artículo disponible en versión electrónica en la página www.revista-eea.net, ref. 0-26205.

1. INTRODUCCIÓN

Aunque la justificación teórica de las prácticas de divulgación de intangibles se encuentra todavía en su infancia¹, existen algunos trabajos previos que se pueden agrupar bajo dos enfoques siguiendo la terminología de Abeysekera (2006), un enfoque positivista y un enfoque crítico. Los trabajos positivistas se ocupan de justificar la decisión de divulgar información, a diferencia de los estudios adscritos al enfoque crítico donde se plantea todo lo contrario, el por qué no se revela o el por qué no se están dando soluciones por las teorías utilizadas a la hora de explicar la decisión de revelar y el alcance de estas revelaciones.

Nosotros nos incluimos bajo el enfoque positivista, tratando de explicar el por qué revelar. De hecho, nos proponemos analizar si el marco conjunto ofrecido por las perspectivas Institucional, Contingente y del *Stakeholder* explica los motivos que determinan la revelación de información libremente efectuada por las empresas para el caso de los intangibles. Apostamos por la combinación de estas teorías y no por su uso individualizado, debido a que como podremos comprobar, la divulgación de intangibles tiene múltiples frentes que no podrían ser abarcados adecuadamente de manera aislada y sí conjuntamente a través de un modelo global como el que proponemos.

La Teoría Institucional considera que la organización debe legitimarse ante la sociedad en la que se integra, constituyendo, en nuestra opinión, la divulgación de información una vía para adquirir la demandada legitimación social. Por su parte, la Teoría Contingente postula la necesidad de que cualquier entidad se adapte al entorno en el que se encuentra, quedando la actuación empresarial condicionada por la existencia de variables externas. Desde nuestro punto de vista, y ante la demanda cada vez mayor de transparencia informativa en las prácticas empresariales, consideramos que puede ser la revelación de información una vía para adaptarse a esta nueva exigencia del entorno. En tercer lugar, la mejora de relaciones con los colectivos con los que una empresa se relaciona se considera por la Teoría de los *Stakeholders* como imprescindible para conseguir ventajas competitivas, constituyendo la revelación de información una herramienta útil para atender las distintas exigencias de estos colectivos según nuestra opinión.

Todos los argumentos anteriores nos permiten justificar teóricamente la divulgación voluntaria de información en general, a la vez que también resultan válidos para abordar la decisión de revelar información sobre intangibles. Además, observamos que empíricamente también podemos comprobar la validez de nuestra propuesta teórica a través de las implicaciones que los distintos estudios realizados sobre el tema mantienen sobre esta práctica. Así, se ha revisado la literatura previa en divulgación de intangibles con el objetivo de identificar si las premisas con las que se partía en cada uno de los diferentes trabajos se corresponden con los pos-

¹ Van der Meer-Kooistra y Zijlstra (2001, p. 456) ya advirtieron este problema previamente al indicar en su estudio que “la teoría del Capital Intelectual está todavía en su infancia”, no habiéndose realizado avances posteriores.

tulados que asumen los marcos teóricos tratados, al igual que para identificar la preponderancia de alguno o todos estos. Se corroboraría así la validez del marco teórico empleado. Por lo comentado, el objetivo que nos proponemos es doble: por un lado, justificar la validez teórica de un sistema de tres teorías para explicar la revelación voluntaria de intangibles y, a continuación, corroborar empíricamente si éste ha sido tratado y, por tanto, validado por la investigación realizada hasta la fecha, si bien de un modo indirecto.

Para conseguir los objetivos que acabamos de comentar hemos estructurado el presente trabajo en los siguientes cuatro bloques. En primer lugar revisaremos el triple marco teórico que proponemos para explicar la problemática de fondo de la divulgación. A continuación nos referiremos a la revisión de la literatura sobre divulgación, pero para el caso de los intangibles. En tercer lugar, analizaremos la relación existente entre las premisas más repetidas por los trabajos revisados y aquellas que conforman cada uno de los tres marcos teóricos que proponemos para explicar la divulgación de intangibles, tratando de evidenciar la validez del modelo teórico propuesto. Finalmente, extraeremos las principales conclusiones de nuestro trabajo.

2. TEORÍAS EXPLICATIVAS DE LA DECISIÓN DE REVELAR

En este apartado nos ocupamos de justificar la decisión de revelar información voluntaria en virtud de tres marcos teóricos que consideramos adecuados a tal fin. Para ello, es fundamental partir de una revisión de los postulados que cada una de estas perspectivas incluyen para la supervivencia y/o éxito empresarial, llegando posteriormente a relacionarlos con los elementos intangibles a los que nos dedicamos en este trabajo.

2.1. Teoría Contingente

El Enfoque Contingente, de ajuste o congruencia, cuyos orígenes se encuentra en los trabajos de Burns y Stalker (1961), Woodward (1965, 1970) y Lawrence y Lorsch (1969), exige una coherencia entre las prácticas acometidas en la empresa y el conjunto de variables organizativas y estratégicas que la afectan. La influencia del contexto tiene un peso importante, debiendo existir una estrecha relación entre las demandas del entorno y la manera en que una organización responde. Por lo anterior, esta teoría postula el principio de que diferentes condiciones del entorno conducen a diferentes formas eficaces de organización, así como que la falta de ajuste entre dos o más elementos de un sistema reduce su efectividad global. Escobar y Lobo (2002, p. 258) señalan que “su premisa básica es la inexistencia de una única y mejor forma de gestionar y configurar las organizaciones, ya que ésta dependerá del entorno en que se desenvuelvan”.

Por ello, desde el punto de vista estratégico, y para el caso que nos ocupa relativo a intangibles, habrá que encontrar un sistema de información sobre tales ele-

mentos que apoye la estrategia específica de la empresa, su cultura y la forma peculiar de enfocar sus actividades. De ahí que nos planteemos si la revelación de información voluntaria puede entenderse como una herramienta para lograr el ajuste de la organización al entorno, postulado fundamental de este marco teórico. En un entorno donde los elementos intangibles son cada vez más importantes, las prácticas empresariales deberán adaptarse al mismo para incrementar su eficiencia, siendo la divulgación de información una vía para atender las exigencias del contexto actual sobre estos recursos. Concretamente, nos preguntamos si la divulgación de intangibles puede suponer un apoyo a la estrategia de la empresa, formar parte integrante de su cultura y, por tanto, determinante del enfoque dado a sus actividades. Con ello se validaría la participación de esta teoría dentro del modelo global que proponemos.

2.2. Teoría del *Stakeholder*

Nos encontramos ante una teoría tratada desde hace años por numerosos autores, entre otros, Freeman (1984), Donaldson y Preston (1995), Atkinson *et al.* (1997), Mitchell *et al.* (1997), Frooman (1999), Harrison y Freeman (1999) y Berman *et al.* (1999) y cuyo postulado fundamental es que la forma de conseguir una adecuada posición competitiva por parte de la empresa exige el mantenimiento y/o creación de unas adecuadas relaciones con cada uno de los colectivos que le son de interés, los *stakeholders*. Pero además, la atención de la organización hacia los intereses de los diversos *stakeholders* es necesaria y evidente ya que como señalan Barringer y Harrison (2000, p. 370) “las organizaciones están en el centro de una red interdependiente de *stakeholders* y tienen una responsabilidad para considerar sus peticiones cuando toman decisiones y llevan a cabo transacciones de negocios”.

Dentro de esta teoría consideramos necesario responder a las siguientes cuestiones. ¿De qué medios dispone la empresa para satisfacer a los diversos colectivos con los que interactúa? ¿Es válida la divulgación voluntaria para conseguir relaciones satisfactorias con diversos grupos de interés desde un punto de vista teórico? Finalmente, ¿están dispuestos los directivos a contar con esta herramienta desde el punto de vista operativo?

Nos parece complejo determinar de un modo genérico las solicitudes e intereses de los diferentes *stakeholders*, si bien, observamos que se trata de información que en algunos casos no resulta contemplada por los estados contables tradicionales al venir representada fundamentalmente por valores intangibles (Castilla, 2002). En definitiva, si entendemos que el establecimiento de relaciones de confianza se apoya en la atención de las solicitudes de los colectivos que se relacionan con la entidad y que éstas no se encuentran en los estados contables al poseer, en su gran mayoría, carácter intangible, nos cuestionamos la búsqueda de otros instrumentos informativos que permitan atender esta finalidad. La solución que consideramos apropiada es la divulgación voluntaria, completando la información contable con aquella relativa a intangibles y, por tanto, estimando factible la creación de valor a través de los mencionados vínculos propuestos por la Teoría del *Stakeholder*.

2.3. Teoría Institucional

Selznick (1957) aborda los orígenes de la Teoría Institucional que nos ocupa en tercer lugar, siendo más tarde tratada por Scott (1992, 1995). Sus postulados se pueden resumir en que el entorno ofrece una visión de cómo deben actuar las organizaciones, las cuales deben seguir un conjunto de normas, más o menos implícitas, que desencadenarán en que el entorno apruebe socialmente a la entidad que las cumple. Scott (1992) se refiere a este hecho señalando que se trata de la captación por parte de la organización de un recurso más del entorno: la legitimidad social. Ello motiva una ampliación de las demandas del entorno hacia la organización. Además de aquellas de tipo económico y técnico para contribuir a la producción de bienes y servicios, la organización también recibe demandas de tipo social y cultural, entre las que incluimos la necesaria consideración de los aspectos intangibles.

Pero, ¿cuál es la situación actual de los mercados y las organizaciones?, ¿cuáles son las demandas de tipo social y económico que motivarán una determinada actuación de la organización? Es de esperar que el hecho de conocer el curso de la actividad actual condujera a las empresas, por aplicación de la Teoría Institucional, a informar de forma voluntaria sobre actividades siempre que perciban que esa información es esperada por la comunidad. En este sentido, decimos que el trabajo que presentamos, en el marco de los intangibles y de la divulgación de información sobre los mismos, puede legitimar la actuación de las empresas en su contexto, siendo responsables en el entorno donde se encuentran (Deegan, 2000).

En los momentos actuales no hay información más oportuna y relevante que la derivada de conocer los intangibles con los que cuenta una organización, pues son elementos que cada vez con mayor insistencia se relacionan con la obtención de ventajas competitivas en los mercados (Augier y Teece, 2005). Es por este motivo, que entendemos que la divulgación de intangibles se pueda utilizar como medio para que una sociedad legitime su actividad. La información en este sentido va unida a la necesidad de la organización (Guthrie *et al.*, 2004, p. 285), y en la actualidad, podemos detectar la importancia de informar acerca de estos elementos y las actividades sobre ellos acometidas. En este sentido, consideramos la validez de la teoría que nos ocupa en este apartado para nuestro objetivo de investigación.

2.4. El modelo global propuesto

Recordemos que el objetivo de nuestro trabajo se centra en crear un marco en torno a las tres teorías enunciadas que explique el porqué de la revelación voluntaria de intangibles. Concretamente, si esta modalidad de divulgación puede ser explicada por las tres teorías tratadas. Obsérvese a modo de resumen las principales implicaciones y justificaciones ofrecidas por cada una de estas teorías en las tablas 1, 2 y 3.

TABLA 1
La Teoría Contingente dentro de nuestro estudio.

Teoría	Principios básicos	Principales aportaciones	Nuestro interés
Contingente	• Las organizaciones han de adaptarse a las exigencias del entorno. • El énfasis de su funcionamiento radica en los aspectos comportamentales y organizacionales. • Acoplamiento entre variables estructurales y ambientales/tecnológicas.	Burns y Stalker (1961); Woodward (1965, 1970); Lawrence y Lorsch (1969); Escobar y Lobo (2002).	Observar si existe congruencia entre los componentes organizativos y del entorno. En un entorno donde los elementos intangibles son relevantes, las prácticas organizacionales deberían modificarse y para lograr tal adaptación divulgarán información al respecto.

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 2
La Teoría del *Stakeholder* dentro de nuestro estudio.

Teoría	Principios básicos	Principales aportaciones	Nuestro interés
Stakeholder	• Considera distintos grupos de interés en interacción con la organización. • Dependencia entre los objetivos de la organización y los de los grupos de interés.	Freeman (1984); Donaldson y Preston (1995); Mitchell <i>et al.</i> (1997); Atkinson <i>et al.</i> (1997); Frooman (1999); Harrison y Freeman (1999); Beriman <i>et al.</i> (1999); Barringer y Harrison (2000).	Conocer si la divulgación voluntaria es una forma de establecer o mejorar las relaciones con grupos de interés y, por tanto, de mejorar la situación competitiva de la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

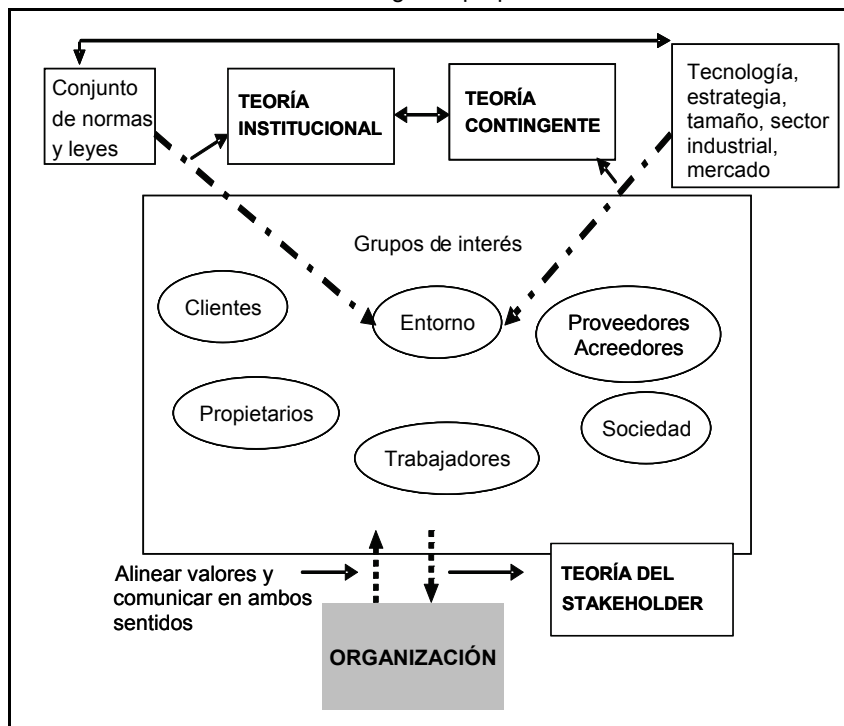
TABLA 3
La Teoría Institucional dentro de nuestro estudio.

Teoría	Principios básicos	Principales aportaciones	Nuestro interés
Institucional	• La sociedad indica cómo debe actuar la organización. • Conjunto de normas que implícitamente debe acatar la organización. • Captación de un nuevo recurso: legitimidad social.	Selznick (1957); Guthrie y Parker (1989, 1990); Scott (1992, 1995); Escobar y Lobo (2002); Deegan (2002); Guthrie <i>et al.</i> (2004).	Analizar si es posible legitimar la actuación de las empresas a partir de la divulgación de información sobre intangibles.

Fuente: Elaboración propia.

¿Por qué la creación de este triple marco teórico explicativo de la divulgación de intangibles? Analizando de forma conjunta las teorías apuntadas, podemos advertir cómo es posible su integración bajo un modelo global que explica de una forma más completa la decisión de revelar esta información por las empresas. No consideramos válida la utilización aislada de cada una de estas teorías por la diversidad de planteamientos y enfoques que se pueden adoptar a la hora de tomar este tipo de decisión. El empleo del modelo global que aglutina a estas tres teorías sí permite recoger y justificar los motivos con los que se plantea su justificación. En la figura 1 pasamos a vincular las teorías propuestas.

FIGURA 1
El modelo global propuesto².



Fuente: Elaboración propia.

A la hora de plantearnos la divulgación de información por las empresas, y como premisa de partida, consideramos la situación de estabilidad organizacional, fundamental en cualquier entorno. En este sentido, la mayor evidencia nos la proporciona la Teoría Contingente, según la cual la incidencia de los factores del contexto determinará las actuaciones de la organización, la cual conseguiría un determinado equilibrio. En definitiva, organización y entorno se encuentran relacionados y mediados por determinados factores, tales como el tamaño, sector industrial, tecnología, etc.

Por su parte, las organizaciones deben adaptarse a las exigencias del entorno, exigencias que además se verán reguladas, explícita o implícitamente. Es decir, el funcionamiento e incidencia de cada uno de esos factores sobre la organización se apoya en determinadas premisas, contratos, normas o directrices, que guiarán de forma adecuada la evolución de las empresas. Por tanto, se pone de manifiesto el

² Una versión previa de este modelo fue planteada por las autoras (Castilla y Gallardo, 2007a), para la explicación de la divulgación de intangibles en el caso de las grandes empresas andaluzas y extremeñas.

sometimiento a determinado conjunto de leyes que suponen la institucionalización de las actividades reguladas y que van a definir el funcionamiento de la entidad.

Es decir, los factores estructurales del contexto se regulan por un conjunto de normas en atención a la Teoría Institucional, normas que a su vez determinarán la respuesta de la organización a las nuevas situaciones, manifestándose una vez más la Teoría Contingente. De lo que se deduce que los puntos de apoyo en los que descansa la explicación del funcionamiento de la empresa a partir de la Teoría Contingente y la Teoría Institucional se encuentran interconectados entre sí, por la influencia observada entre uno y otro.

Por otro lado, si la Teoría Contingente observa la incidencia de una serie de factores del entorno, y dicho entorno engloba a un conjunto de grupos de interés, este marco teórico está afectando a los resultados manifestados por la Teoría del *Stakeholder*. Igualmente se ha manifestado el interés de los distintos usuarios de conocer con la mayor amplitud posible aspectos relativos a la evolución empresarial, la potencialidad competitiva, etc. Ello nos manifiesta la posible relación entre la Teoría Contingente y la Teoría del *Stakeholder*.

Por su parte, la Teoría Institucional pone el énfasis en el seguimiento de un conjunto de normas que llegue a legitimar la actuación de la organización en el entorno, es decir, se supone que con esa actuación el entorno aprueba socialmente a la organización. Lógicamente con esta actuación se intenta lograr una gestión eficaz de las relaciones con todos los grupos externos. En este sentido, se manifiesta la relación existente entre Teoría Institucional y Teoría del *Stakeholder*.

Finalmente, al introducir el estudio de la divulgación voluntaria de información, la cual estaría sujeta a la elaboración de determinados informes, aun cuando de naturaleza voluntaria, nos cuestionamos si dicha revelación llega a legitimar la actuación de la empresa, pero además ello tendrá un significado particular tanto para la empresa como para los demás usuarios. De ahí la conexión localizada entre Teoría Contingente y Teoría Institucional.

En resumen, podemos afirmar que el estudio de los intangibles y la divulgación de información que de los mismos se realice, tiene sentido en el marco de una organización caracterizada por una cultura organizativa concreta, política e institucional, por el tamaño, la tecnología productiva, la innovación y otros factores asociados, así como las condiciones sociales y económicas que determinan la necesidad de atender tanto las demandas del entorno como las de aquellos colectivos de interés para la organización. Todo ello deja entrever los principales postulados de las tres teorías que planteamos y permite justificar la utilización del modelo global que presentamos.

3. LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN EN DIVULGACIÓN VOLUNTARIA DE INTANGIBLES

Comenzamos este apartado revisando los principales trabajos realizados dentro de las tres grandes líneas de investigación que se pueden distinguir en el estudio de esta parcela del tratamiento de intangibles según Castilla (2007):

- (a) Los contenidos más revelados.
- (b) Las vías o tipo de informes utilizados por las empresas.
- (c) La estrategia seguida a la hora de revelar esta información.

A partir de esta revisión teórica hemos deducido los principales objetivos de investigación que se han venido mostrando en los trabajos consultados. Con todo ello, resumimos en la tabla 4, los estudios sobre divulgación de intangibles, relacionando sus principales objetivos de investigación según cada una de las tres grandes líneas de trabajo detectadas.

TABLA 4
La investigación sobre divulgación voluntaria en intangibles.

Línea de investigación	Principales trabajos revisados	Objetivos de investigación más repetidos
Extensión de la divulgación voluntaria	Parker (1998); Gandía (2000); Guthrie y Petty (2000); Rojo y Sierra (2000); FASB (2001); Mouritsen <i>et al.</i> (2001); Roos <i>et al.</i> (2001); Williams (2001); Bozzolan <i>et al.</i> (2002); Bergamini y Zambon (2002); Sierra (2002); UE (2003, 2006); Gray <i>et al.</i> (2004); Guthrie y Ricceri (2004); Rodríguez (2004); Oliveras <i>et al.</i> (2004); Abdolmohammadi (2005); Abeysekera y Guthrie (2005); Bukh <i>et al.</i> (2005); Cordazzo (2005); Graham <i>et al.</i> (2005); Monclús <i>et al.</i> (2005); Vandemaële <i>et al.</i> (2005); Vergauwen y van Alem (2005); Bounfour (2006); Guthrie <i>et al.</i> (2006); IAI (2007); Villafañe (2007); entre otros.	• Amplitud de la información sobre intangibles revelada. • Análisis de los diferentes rasgos estructurales que presentan las sociedades que divulgan información. • Puntuación de las entregas voluntarias a través de índices. • Análisis de las diferencias en contenido de las entregas en distintos países.
Vías para la divulgación voluntaria	DATI (1997, 2003); Bounfour (2000); Brennan (2001); Bukh <i>et al.</i> (2001); FASB (2001); Mouritsen <i>et al.</i> (2001); Nordic Industrial Fund (2001); Van der Meer-Kooistra y Zijlstra (2001); Williams (2001); Bergamini y Zambon (2002); Bozzolan <i>et al.</i> (2002); Cañibano <i>et al.</i> (2002); García <i>et al.</i> (2002); Sierra (2002); Amir <i>et al.</i> (2003); Bukh (2003); Chaminate y Roberts (2003); Mouritsen (2003); Johanson (2003); Ordóñez (2003); Fernández y González (2004); Gray <i>et al.</i> (2004); Guthrie y Ricceri (2004); Rodríguez (2004); Oliveras <i>et al.</i> (2004); Mouritsen <i>et al.</i> (2004); Federal Ministry of Economics and Labour (2004); Abeysekera y Guthrie (2005); Ministry of Economics, Trade and Industry (2005) y Chen (2005); García (2005); García y Martínez (2005); Ordóñez y Edvinsson (2007); entre otros.	• Estudio del papel de los analistas financieros. • Internet como vía para la divulgación voluntaria. • El informe anual y la revelación de intangibles. • El Estado de Capital Intelectual como informe sobre intangibles específico.
Estrategia de divulgación voluntaria	AICPA (1994); Eccles y Mavrinac (1995); Roos <i>et al.</i> (1997, 2001); Booth (1998); Stewart (1998); Edvinsson y Malone (1999); Healy y Palepu (2001); Van der Meer-Koistra y Zijlstra (2001); Babio <i>et al.</i> (2002); Nevado y López (2002); Zambon (2002); Starovic y Marr (2003); Andriessen (2004); Mouritsen <i>et al.</i> (2004); Graham <i>et al.</i> (2005); entre otros.	• Motivos y barreras hacia la revelación de intangibles. • Efectos de la divulgación de información sobre la valoración del mercado de capitales. • Efectos de la divulgación de información sobre el coste de capital. • Problemática de la credibilidad de estas revelaciones.

Fuente: Elaboración propia.

Nuestra intención en estos momentos es pasar a relacionar los diferentes objetivos de investigación mostrados por la literatura con las teorías utilizadas por nuestro trabajo. Esta reflexión resulta fundamental, dado que pretendemos explicar la divulgación de intangibles a partir de la existencia de tres teorías, las cuales pueden llegar a interrelacionarse entre sí. Si los objetivos perseguidos por las investigaciones analizadas en cada línea pueden ser explicados con las teorías propuestas, en base a ciertos postulados que a continuación trataremos de formular, podríamos afirmar que la divulgación de información puede ser explicada a partir de cada una de las tres teorías presentadas. Y, finalmente, afirmar que el modelo global creado es válido para explicar el por qué de la divulgación de intangibles.

4. PROPUESTA METODOLÓGICA

Para conseguir los objetivos que nos proponemos en este trabajo nos apoyamos en la herramienta metodológica de la triangulación. En un sentido global, el término triangulación puede ser empleado como un nombre genérico que designa el empleo de tres técnicas, teorías, métodos o procedimientos diferentes que buscan una explicación a determinado hecho. Metafóricamente, podríamos hablar de un triángulo en el cual cada uno de sus vértices estaría ocupado por una de las teorías consideradas, contribuyendo todas ellas al entendimiento de la naturaleza del fenómeno a investigar.

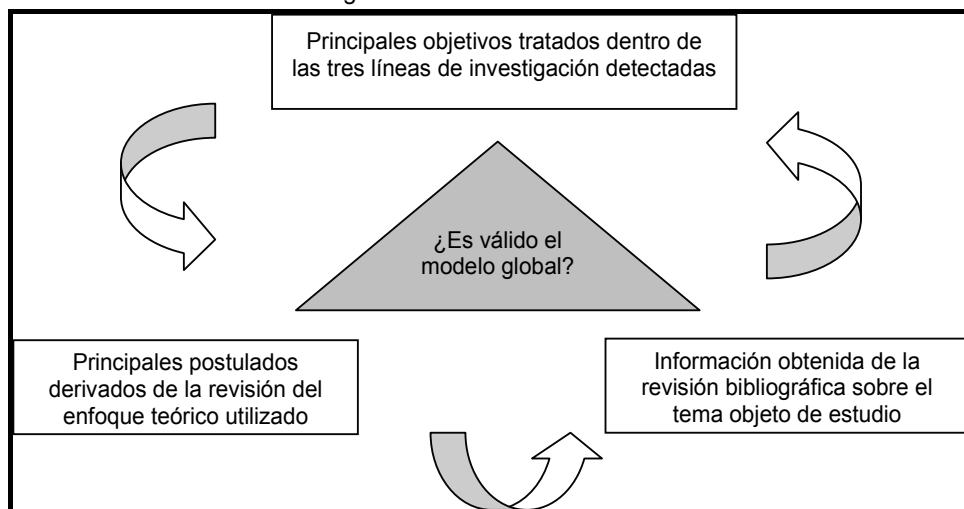
Fielding y Fielding (1986) plantean que la triangulación no ofrece una garantía de exactitud u objetividad, sino que su principal ventaja es la de ofrecer una mayor profundidad y alcance de las conclusiones obtenidas. En este sentido, convendremos que la dificultad de explicar una decisión empresarial puede ser alcanzada de forma más apropiada mediante la combinación de distintos enfoques más que mediante el uso de uno de ellos exclusivamente.

La afirmación anterior se encuentra avalada por Yauch y Steudel (2003) quienes ayudan al entendimiento del término triangulación refiriéndose a los trabajos de Jick (1979) y Stake (2000). Jick (1979) entiende por triangulación no sólo el examen del mismo hecho bajo múltiples perspectivas sino también el incremento del entendimiento cuando surgen nuevas ideas. De forma similar, Stake (2000) sostiene que la triangulación es el uso de múltiples percepciones u observaciones que proporcionan verificación a un hecho o un significado más claro, señalando que analizar el fenómeno desde diferentes perspectivas automáticamente sirve para clarificar su significado. Más recientemente, Guion (2002) señala que la triangulación comprende el uso de múltiples perspectivas para interpretar un conjunto de informaciones o datos. Esto es lo que pretendemos conseguir en el campo de la divulgación de intangibles a partir del empleo de las tres teorías analizadas.

Concretamente, nos planteamos realizar una triangulación de datos en el sentido planteado por Denzin (1970), a través del empleo de los principales resultados obtenidos en la revisión de teorías efectuada, del análisis de fuentes secundarias o bibliografía sobre este tema y de los objetivos que dentro de estos últimos se han

podido identificar. Véase la figura 2 al respecto del enfoque metodológico que nos proponemos utilizar.

FIGURA 2
La triangulación dentro de nuestro estudio.



Fuente: Elaboración propia.

Con el fin de llegar a unos resultados que permitan expresar la existencia de nexos de conexión entre cada una de las teorías previamente tratadas y los objetivos perseguidos en cada una de las líneas de investigación identificadas, debemos discutir de forma previa y, para cada una de las tres líneas de investigación, si cada una de ellas conduce a una explicación razonada de la divulgación de información sobre intangibles. Si se confirma lo anterior, será fácil deducir, por aplicación de la triangulación, la aceptación de un modelo global que explique nuestros objetivos.

5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. Primera línea de investigación: amplitud de los contenidos revelados

La literatura revisada dentro de esta primera línea de trabajo muestra interés en conocer si la empresa está revelando información sobre intangibles así como, en su caso, aquellos que están resultando revelados. Estudios como los realizados por el FASB (2001), Sierra (2002), Bozzolan *et al.* (2002), Bounfour (2006) y la Unión Europea (2006) centran sus resultados en intangibles “clásicos” como pueden ser los gastos de investigación y desarrollo, las patentes, las marcas, entre otros reconocidos tradicionalmente por las empresas. Para estos autores, son este tipo de intangibles los más comunicados o los que más interés despiertan entre las empresas.

Sin embargo, también resulta muy habitual efectuar un análisis de las divulgaciones sobre intangibles según bloques homogéneos, nos estamos refiriendo a indagar sobre qué elementos se están revelando dentro del capital humano o intangibles vinculados a los recursos humanos, del capital estructural o intangibles vinculados a los procesos internos y del capital relacional o intangibles que resultan de las relaciones externas de la organización. Trabajos realizados en este sentido son los efectuados por Bergamini y Zambon (2002), Bozzolan *et al.* (2002), Sierra (2002), Gray *et al.* (2004), Guthrie y Ricceri (2004), Rodríguez (2004) y Abeysekera y Guthrie (2005) y Monclús *et al.* (2005).

También se han preocupado algunos estudios de analizar la evolución de estas revelaciones en un período no muy dilatado de tiempo. En todos los casos, se concluye como creciente la tendencia seguida por las empresas en materia de divulgación de intangibles, es decir, una vez que ésta se ha iniciado resulta habitual continuar con su comunicación año tras año, resultados corroborados por autores como Parker (1998), Williams (2001), Bergamini y Zambon (2002), Sierra (2002), Guthrie y Ricceri (2004), Oliveras *et al.* (2004) y Abeysekera y Guthrie (2005).

Por tanto, el hecho de encontrar que las empresas están interesadas en revelar información sobre intangibles, conocer en cierta medida sobre qué elementos se vienen centrando, así como observar un interés creciente en el tema, justifica que la divulgación voluntaria de intangibles supone un apoyo a la estrategia de la empresa. Cualquier empresa, conocedora de estas prácticas y de su importancia en la gestión empresarial, las incluirá en la definición de su propia estrategia, observando el entorno que les rodea y las variables organizativas que la pueden condicionar.

En este sentido, hemos de señalar que el conocimiento de la extensión de la información sobre intangibles revelada en muy pocas ocasiones se efectúa aisladamente, lo más habitual es identificar las variables que, desde el punto de vista estadístico, más correlación mantienen con las entregas voluntarias de información. Se ha analizado la relación entre el tamaño y divulgación de intangibles encontrando el sentido positivo fundamentalmente de la misma (Guthrie *et al.* (2006), Villafañe (2007), Instituto Análisis Intangibles (IAI) (2007)); también se ha indagado sobre el efecto industria y el carácter específico de estas revelaciones (FASB (2001), Roos *et al.* (2001), Bozzolan *et al.* (2002), Gray *et al.* (2004), Rodríguez (2004) y Abdolmohammadi (2005)); el hecho de cotizar o no en determinados mercados bursátiles es otro factor que ha sido considerado (Monclús *et al.* (2005), Graham *et al.* (2005)).

Igualmente, el apego a uno o varios países a la hora de analizar los contenidos revelados (Gandía (2000), Bergamini y Zambon (2002), Gray *et al.* (2004), Guthrie y Ricceri (2004), Vandemaele *et al.* (2005) y Vergauwen y van Alem (2005)) deja ver que se asume implícitamente que diferentes condiciones del entorno conducen a diferentes formas eficaces de gestionar una organización, postulado que es defendido por la Teoría Contingente a la vez que también resulta admitido por los planteamientos teóricos de la corriente crítica, la perspectiva Política Económica de la Contabilidad.

Dicho todo lo anterior, encontramos cómo mayoritariamente son los postulados que avalan la Teoría Contingente, el necesario ajuste entre el entorno y las variables organizativas así como considerar que diferentes condiciones del entorno conducen a diferentes formas eficaces de gestionar una organización, los que a su vez apoyan nuestra propuesta, permitiendo dar una explicación a los objetivos de investigación perseguidos en la línea centrada en la extensión de la divulgación de intangibles.

5.2. Segunda línea de investigación: vías y formatos utilizados

En la segunda línea de investigación sobre intangibles encontramos fundamentalmente trabajos centrados en analizar el cómo y no el qué se está revelando.

El informe anual es el medio más utilizado para efectuar este tipo de revelaciones pues todos los trabajos analizados hasta el momento han basado sus hallazgos en su revisión (FASB (2001), Williams (2001), Brennan (2001), Bozzolan *et al.* (2002), Bergamini y Zambon (2002), Sierra (2002), Gray *et al.* (2004), Guthrie y Ricceri (2004), Oliveras *et al.* (2004), Rodríguez (2004), Abeysekera y Guthrie (2005)). No obstante, en un número más reducido de casos se estudian los informes específicos sobre intangibles que han elaborado o se encuentran elaborando algunas empresas, los Estados de Capital Intelectual (Bounfour (2000), Mouritsen *et al.* (2001), Bukh *et al.* (2001), Ordóñez (2003), Chaminade y Roberts (2003), Fernández y González (2004), Mouritsen *et al.* (2004) y Ordóñez y Edvinsson (2007)). Incluso se advierte en los últimos años la proliferación de guías para ayudar a las empresas a realizar este tipo de informes, en caso de estar interesadas (DATI (1997, 2003), Cañibano *et al.* (2002) y Proyecto Nórdica (2001), las guías alemanas ((Federal Ministry of Economics and Labour, 2004) y las guías japonesas (Ministry of Economics, Trade and Industry, 2005)). De hecho, la elaboración de Estados de Capital Intelectual parece ser la tendencia más apoyada para abordar la comunicación de intangibles, aunque esta opción todavía no resulta en el ámbito empresarial la más aceptada.

En cualquier caso, entendemos que la elaboración de cualquiera de estos informes así como la emisión de las guías de ayuda presenta como principal objetivo el alcance de una adecuada comunicación de la empresa con cada uno de los *stakeholders*, de tal forma que la relación empresa-grupo de interés fluya adecuadamente. De hecho, el efecto sobre los colectivos ajenos a la empresa a los que va destinado este tipo de información y el papel que “estratégico o moral”³ representan para la empresa justifica la utilización de la Teoría del *Stakeholder* como marco implícito (Chen, 2005).

Así, la decisión de optar por un informe anual o por un informe específico, de mayor amplitud y precisión en materia de estos elementos, quedará justificada ante

³ Según Frooman (1999), dos grandes grupos: “estratégicos” y “morales”. Los primeros corresponden a colectivos que afectan al funcionamiento de la sociedad debiendo ser considerados por ésta dentro de su gestión. Los que ocupan la segunda posición no afectan sino que resultan afectados por las acciones de la empresa, se habla en este caso de búsqueda de un equilibrio y no de gestión de intereses como ocurre para los catalogados como estratégicos.

la preocupación de la empresa por atender las demandas informativas de sus usuarios externos. Un claro ejemplo de trabajos que se justifican bajo el enfoque del *stakeholder* son aquellos que indagan sobre la problemática de revelar o no información sobre intangibles a analistas, cuestión que dependerá de su consideración como estratégicos o no para la empresa (García *et al.* (2002), Van der Meer-Kooistra y Zijlstra (2001), Amir *et al.* (2003), Bukh (2003), García (2005), García y Martínez (2005)).

Por todo lo comentado, encontramos que son mayoritariamente los postulados que avalan la Teoría del *Stakeholder*, la necesaria atención de la relación *stakeholder*-empresa y el carácter de *stakeholder* moral y estratégico delimitadores del grado de interés y atención recibida por la empresa, los que apoyan nuestra propuesta, permitiendo dar una explicación a los objetivos de investigación perseguidos en esta segunda línea de investigación.

5.3. Tercera línea de investigación: la estrategia seguida

Dentro de la tercera línea de investigación sobre intangibles se incluyen todos aquellos trabajos que intentan responder al para qué se realizan estas revelaciones por las empresas. Sin lugar a dudas, es la línea de trabajo menos amplia, probablemente por su dificultad. No obstante, pasamos a analizar las conclusiones alcanzadas más interesantes.

Debemos destacar un primer grupo de estudios que inciden en las diferencias entre valor de mercado y valor contable que encontramos en algunas empresas cotizadas. Para ellos es éste el motivo por el que se persigue revelar información para permitir valoraciones externas más apropiadas (Roos *et al.* (1997, 2001), Booth (1998), Stewart (1998), Edvinsson y Malone (1999), Nevado y López (2002), Zambon (2002), Starovic y Marr (2003), Andriessen (2004), Mouritsen *et al.* (2004)). En el caso de los intangibles, se trata de comunicar información acerca de unos elementos que resultan claves para las empresas en los momentos actuales y que no resultan tratados, en su gran mayoría, por la legislación contable⁴, aclarando en este sentido la diferencia entre valoraciones de mercado y contables, y justificando las inversiones realizadas en intangibles ante colectivos ajenos a la empresa que no disponen de un balance donde observar este tipo de información. Observamos cómo la rendición de cuentas justificaría la participación de la Teoría

⁴ El reconocimiento que la Contabilidad está ofreciendo a estos elementos es un tema controvertido y objeto de opiniones muy diversas. Ya lleva planteándose algún tiempo por el ámbito contable la posibilidad de incrementar el número de activos inmateriales, si bien, hoy por hoy no hay respuesta definitiva al respecto, sólo un convencimiento general de que nos encontramos ante una información relevante. La cuestión central del debate es si modificar los criterios de reconocimiento para el caso de los intangibles, flexibilizando los requisitos exigidos y permitiendo por este motivo ampliar el abanico de activos con este carácter tratados por la información contable obligatoria. Sobre la evolución y situación futura de este debate, recomendamos al lector interesado el trabajo de Lev *et al.* (2005).

Institucional a la hora de apoyar teóricamente este tipo de estudios. Igualmente, la Teoría del *Stakeholder* tendría cabida por el concepto de colectivos de interés para la empresa a los que se destina esta información. Por tanto, nos encontramos con un doble marco teórico que podría ser aplicado a este tipo de estudios.

También resultan interesantes los trabajos que apuntan los efectos de las revelaciones voluntarias sobre el prestigio y la imagen empresarial al igual que sobre la credibilidad del directivo (Eccles y Mavrinac (1995), Healy y Palepu (2001), Van der Meer Koistra y Zijlstra (2001), Babío *et al.* (2002), Graham *et al.* (2005)). De ahí que sea el marco de la Teoría Institucional, fundamentalmente, el que permita apoyar la decisión de revelar a tenor del papel que estas entregas pueden suponer para la institucionalización de la empresa y la relación entre este hecho y la obtención de un mayor prestigio y reconocimiento en el mercado.

Un último aspecto tratado por esta línea de investigación atiende al hecho de que la divulgación de intangibles permite valorar de forma más completa los potenciales riesgos de una sociedad por parte de las entidades financieras con las que se relaciona. Por este motivo, una consecuencia favorable para la misma puede ser la reducción de costes de capital tal y como lo plantean teóricamente Zambon (2002) y Andriessen (2004). Si bien, el conocido informe Jekkins, elaborado por el American Institute of Certified Public Accountants (AICPA) (1994) viene a denegar esta expectativa. A pesar de esta opinión, los estudios que se han ocupado de esta relación parecen mostrarla como positiva (Graham *et al.*, 2005); a ello puede contribuir que la divulgación de información voluntaria que plantean sea global y no exclusivamente relacionada con intangibles que quizás necesitaría de estudios más específicos. De nuevo, la atención a un colectivo de interés, en este caso las entidades financieras, justifica la aparición implícita de la Teoría del *Stakeholder*.

Por todo lo comentado, encontramos cómo mayoritariamente son los postulados que avalan la Teoría Institucional y la Teoría del *Stakeholder*, imposición por la sociedad de normas implícitas y reforzamiento de la reputación empresarial así como mejora de relaciones ante colectivos de interés, los que apoyan nuestra propuesta, permitiendo dar una explicación a los objetivos de investigación perseguidos en la línea centrada en la estrategia de la divulgación voluntaria.

5.4. La divulgación de intangibles y nuestro modelo global

Definitivamente, hemos logrado encontrar una serie de postulados asociados a cada una de las tres teorías tratadas que son capaces de explicar los objetivos que persiguen las investigaciones sobre divulgación de intangibles, cualquiera que sea la línea donde se pueden encuadrar. Así, podemos afirmar que el marco global propuesto, conformado por la Teoría Institucional, la Teoría Contingente y la Teoría del *Stakeholder*, logra definir un esquema explicativo de la divulgación de información. Véase un resumen de lo tratado por este apartado en la tabla 5.

TABLA 5

La triangulación de datos en nuestro trabajo. Principales resultados.

Objetivos de investigación perseguidos	Enfoque teórico propuesto	Postulados que avalan nuestra propuesta ⁵
• Amplitud de la información sobre intangibles revelada. • Análisis de los diferentes rasgos estructurales que presentan las sociedades que divulgan información. • Puntuación de las entregas voluntarias a través de índices. • Análisis de las diferencias en contenido de las entregas en distintos países.	Teoría Contingente	• Necesario ajuste entre el entorno y las variables organizativas. • Diferentes condiciones del entorno conducen a diferentes formas eficaces de gestionar una organización.
• La divulgación de intangibles en el informe anual. • El Estado de Capital Intelectual como informe específico. • Guías para la elaboración de Estados de Capital Intelectual. • Estudio del papel de los analistas financieros como colectivo destinatario.	Teoría del <i>Stakeholder</i>	• Necesaria atención de la relación stakeholders-empresa. • Stakeholders morales y estratégicos delimitan el grado de interés y atención recibida por parte de la empresa.
• Efectos de la divulgación de información sobre la valoración del mercado de capitales. • Efectos de la divulgación de intangibles sobre la reputación empresarial. • Efectos de la divulgación de información sobre el coste de capital.	Teoría Institucional/ Teoría del <i>Stakeholder</i>	• La legitimación como vía para reforzar y/o crear la reputación empresarial. • Los colectivos ajenos como usuarios externos, especialmente, inversores, accionistas y entidades financieras.

Fuente: Elaboración propia.

Según se puede observar en la tabla anterior, la divulgación de intangibles, a tenor de los estudios realizados en las tres prioritarias líneas de trabajo —contenidos,

⁵ Se ha incorporado en esta columna aquellos postulados que, planteados por la Teoría que se propone, resultan explicativos en un mayor grado de los objetivos de investigación tratados por esa línea. Somos conscientes de que el esfuerzo de síntesis realizado puede obviar otros principios que serían de aplicación así como, eventuales participaciones de los marcos que no se proponen como fundamentales.

vías y estrategia—, puede ser explicada por el modelo global que presentamos, cuestión que pasamos a resumir a continuación.

La cantidad de información sobre intangibles revelada por las empresas, primera de las líneas de estudio apuntadas, se relaciona con determinadas variables internas y externas que hacen más probable su realización. Es decir, se asume el necesario ajuste de las organizaciones a su entorno, no existiendo reglas básicas sobre la forma más eficiente de gestión sino reglas acomodadas a las variables de relevancia para cada entidad. Por tanto, subyace mayoritariamente un enfoque contingente en este tipo de trabajos.

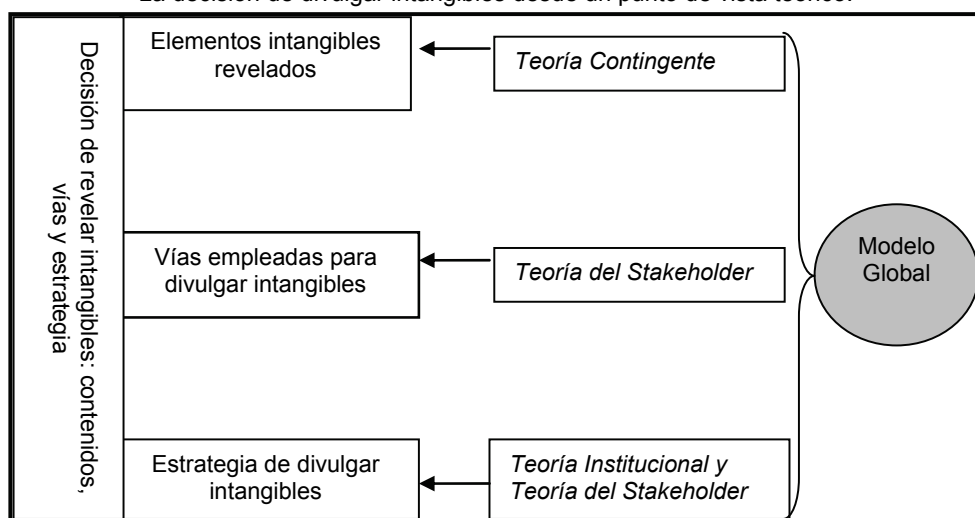
Las vías empleadas para divulgar intangibles, segunda de las líneas de estudio apuntadas, se explican por el interés empresarial en atender las exigencias informativas de determinados colectivos que les resultan de interés. Los *stakeholders* estratégicos condicionan el modo de abordar tal revelación. Por tanto, subyace mayoritariamente un enfoque del *stakeholder* en este tipo de estudios.

En tercer lugar, la estrategia de divulgar intangibles, tercera de las líneas de investigación apuntadas, admite la búsqueda de determinadas ventajas a través de su realización. Sobresalen entre tales ventajas, tanto la mejor imagen empresarial, que comunique a la sociedad donde se integra la empresa la aceptación de sus normas, como la mejora o fortalecimiento de tal imagen empresarial con determinados colectivos que resultan de gran interés para el futuro y desarrollo del negocio. En este caso, subyacen mayoritariamente los planteamientos de dos teorías, la Institucional y del Stakeholder, en este tipo de trabajos, según apuesten por los beneficios apuntados respectivamente.

Bajo la figura 3 mostramos gráficamente los resultados obtenidos.

FIGURA 3

La decisión de divulgar intangibles desde un punto de vista teórico.



Fuente: Elaboración propia.

6. CONCLUSIONES

Tras proponer un marco teórico conformado por la Teoría Contingente, Teoría del *Stakeholder* y Teoría Institucional, nos propusimos analizar si la divulgación voluntaria de intangibles podría ser explicada por el mismo. En este sentido, tras revisar los principales postulados de estos marcos teóricos podemos afirmar que la revelación voluntaria permite teóricamente a las organizaciones adaptarse a un entorno cambiante, legitimarse ante la sociedad y mejorar las relaciones con *stakeholders*, siendo por tanto cada una de las teorías revisadas válidas para abordar la divulgación de intangibles. Por este motivo, consideramos que nuestro trabajo supone un avance al estudio de la divulgación de intangibles por cuanto propone un marco teórico que permite explicar su realización por parte de las empresas.

Igualmente la idoneidad de nuestro marco teórico o modelo global, se corrobora en nuestro estudio al comprobar que dentro de la literatura sobre este tema subyacen las perspectivas estudiadas. Nuestro planteamiento fue el siguiente, si dentro de las tres principales líneas de investigación existentes dentro de la divulgación de intangibles: extensión, vías o estrategia, aparecían algunos o todos los fundamentos sobre los que descansaban las teorías analizadas, podríamos reforzar la validez teórica que asignamos a la combinación de la Teoría Contingente, Institucional y del *Stakeholder* para explicar este fenómeno.

Para tal fin, la triangulación de datos fue la estrategia elegida por dos motivos fundamentales: la compleja realidad que pretendíamos abordar, cuestión que aconseja este tipo de metodología, así como los diferentes objetivos de investigación que nos planteamos, lo cual demandaba un enfoque global más que individual. Explicar la decisión personal que lleva a un directivo a tomar la decisión de revelar información adicional a la exigida por la normativa vigente es una cuestión que no puede ser explicada de forma aislada sino más bien en un contexto donde factores internos y externos tengan cabida. Igualmente, corroborar la idoneidad de las teorías elegidas para justificar dicha decisión exige la utilización de más de un tipo de datos.

Tomando en cuenta todas estas precisiones, y en relación con nuestro primer objetivo, se ha propuesto un modelo global formado por tres teorías que explicaría la decisión de divulgar intangibles. Por un lado, consideramos que la Teoría Contingente permite introducir los factores externos, contextuales, en la decisión de revelar, cuestión que nos parece fundamental. En segundo lugar, los factores internos o propios de la organización, serían considerados por la Teoría Institucional y del *Stakeholder*. Conseguir mejores relaciones externas en general, tanto a través de una mejora de la credibilidad de la empresa en la sociedad, como de una mejora de la credibilidad de la empresa ante sus colectivos de interés, serían los pilares que en nuestra opinión permiten introducir a estos dos marcos teóricos. No consideramos que de forma aislada sea válida la utilización de estas teorías sino combinadas a través del modelo global que hemos propuesto.

En relación a nuestro segundo objetivo, nuestros resultados evidencian que en aquellos estudios centrados en la amplitud de la información sobre intangibles re-

velada se observa un enfoque contingente que intenta dar respuesta al cuándo actuarán las organizaciones en este sentido. Por su parte, en aquellos trabajos centrados en las diferentes vías utilizadas para la divulgación voluntaria se justifica la participación de la Teoría del *Stakeholder* de una manera más evidente al pretender seleccionar tales vías según los colectivos que desean ser atendidos. Finalmente, y en relación con la tercera línea de trabajo, la relativa a la estrategia perseguida con la divulgación de intangibles, se observa que la Teoría Institucional y la Teoría de los *Stakeholder* pueden resultar teorías válidas para apoyar este tipo de trabajos. Por todo lo anterior, concluimos que el modelo global que proponemos es adecuado para acoger la explicación de la decisión de divulgar información, tanto con carácter general como aplicada al caso de los intangibles que nos ha ocupado en este trabajo pues permite atender todas las dimensiones que la compleja decisión de revelar información supone para las empresas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABDOLMOHAMMADI, M.J. (2005): "Intellectual capital disclosure and market capitalization", *Journal of Intellectual Capital*, nº 6 (3), pp. 397-416.
- ABEYSEKERA, I. (2006): "The project of Intellectual Capital Disclosure: researching the research", *Journal of Intellectual Capital*, nº 7 (1), pp. 61-77.
- ABEYSEKERA, I. y GUTHRIE, J. (2005): "Annual reporting trends of Intellectual Capital in Sri Lanka", *Critical Perspectives on Accounting*, nº 16 (3), pp.151-163.
- ABOODY, D. y LEV, B. (1998): "The Value-relevant of Intangibles: The Case of Software Capitalization", *Journal of Accounting Research*, Supplement, pp. 161-191.
- AMERICAN INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS (AICPA), (1994): *Improving business reporting —a consumer focus: meeting information needs of investors and creditors*. Comprehensive Report of the Special Committee on Financial Reporting.
- AMIR, E.; LEV, B. y SOUGINANNIS, T. (2003): "Do financial analysts get intangibles", *European Accounting Review*, nº 12 (4), pp. 635-659.
- ANDRIESSEN, D. (2004): *Making sense of Intellectual Capital. Designing a method for the valuation of intangibles*, Ed. Elsevier Butterworth Heinemann, London.
- ATKINSON, A.A.; WATERHOUSE, J.H. y WELLS, R.B. (1997): "A stakeholder approach to strategic performance measurement", *Sloan Management Review*, nº 38, pp. 25-37.
- AUGIER, M. y TEECE, D.J. (2005): "An economics perspective on intellectual capital", en Marr, B. (Ed.), *Perspectives on Intellectual Capital*, Elsevier Butterworth Heinemann, London, pp. 3-27.
- BABÍO ARCAY, M.R.; MUÑO VÁZQUEZ, M.F. y VIDAL LOPO, R. (2002): La influencia del tamaño y la cotización en la publicación de información voluntaria: un análisis basado en percepciones de costes y beneficios", *Revista de Contabilidad*, nº 6 (11), pp. 19-55.
- BARRINGER, B.R. y HARRISON, J.S. (2000): "Walking a Tightrope: Creating Value Through Interorganizational Relationships", *Journal of Management*, nº 26, pp. 367-403.
- BERGAMINI, I. y ZAMBON, S. (2002): "A Scoring Methodology for Ranking Company Disclosure on Intangibles", en *The Transparent Enterprise, The value of Intangibles*, septiembre, Madrid.
- BERMAN, S.; WICKS, A., KOTHA, S. y JONES, T. (1999): "Does stakeholder orientation matter? The relationship between stakeholder management models and firm financial performance", *Academy of Management Journal*, nº 42 (5), pp. 488-507.

- BOOTH, R. (1998): "The measurement of Intellectual Capital", *Management Accounting*, nº 76, pp. 26-28.
- BOUNFOUR, A. (2000): "Intangible resources and competitiveness: towards a dynamic view of corporate performance", en P. Buigues, A. Jacquemin y J.F. Marchipont, *Competitiveness and the value of Intangible Assets*, Edward Elgar, Cheltenham.
- BOTOSAN, C.A. (1997): "Disclosure Level and the Cost of Equity Capital", *The Accounting Review*, nº 72 (3), pp. 323-349.
- BOZZOLAN, S.; FAVOTTO, F. y RICCERI, F. (2002): "Narrative Reporting on Intangibles: an Analysis of Italian Listed Companies", en *The Transparent Enterprise. The value of Intangibles*, septiembre, Madrid.
- BRENNAN, N. (2001): "Reporting Intellectual Capital in annual reports: evidence from Ireland", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, nº 14 (4), pp. 423-436.
- BUKH, P.N. (2003): "Commentary: The Relevance of Intellectual Capital Disclosure: A Paradox?" *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, nº 16 (1), pp. 49-56.
- BUKH, P.N.; GORMSEN, P. y MOURITSEN, J. (2001): *Intellectual Capital Reports on their Way to the Stock Exchange?* Working Paper, Aarhus School of Business, Aarhus.
- BUKH, P.N.; NIELSEN, C.; GORMSEN, P. y MOURITSEN, J. (2005): "Disclosure of intellectual capital indicators in Danish IPO prospectuses", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, nº 18 (6), pp. 713-732.
- BURNS, T. y STALKER, G. (1961): *Management of Innovation*, Ed. Tavistock Publications, London.
- CABALLERO FERNÁNDEZ, G. (2001): "La dirección integradora de los Stakeholders", en XI Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, Cáceres, pp. 24-35.
- CAÑIBANO, L.; SÁNCHEZ, P.; GARCÍA-AYUSO, M. y CHAMINADE, C. (2002): *Directrices para la gestión y difusión de información sobre intangibles. Informe sobre Capital Intelectual*, Ed. Fundación Airtel, Madrid.
- CASTILLA POLO, F. (2002): "La divulgación voluntaria como herramienta de la Teoría del Stakeholder", en Congreso AEDEM, Alicante.
- CASTILLA POLO, F. (2007): "La divulgación de intangibles. Estado del arte", Nota técnica, *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, p. 136.
- CASTILLA POLO, F. y GALLARDO VÁZQUEZ, D. (2003): "La comunicación voluntaria de información sobre intangibles. El caso andaluz", *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, nº 9 (2), pp. 13-28.
- CASTILLA POLO, F. y GALLARDO VÁZQUEZ, D. (2007a): *El Estado de la Gestión de Intangibles dentro de Grandes Empresas Españolas. Especial referencial al ámbito andaluz y extremeño*, Accésit en la I Convocatoria de Premios del Instituto de Análisis de Intangibles.
- CASTILLA POLO, F. y GALLARDO VÁZQUEZ, D. (2007b): "Una revisión del estado de la divulgación de intangibles: motivos, contenidos e informes más utilizados", Comunicación presentada al XIV Congreso de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), Septiembre, Valencia.
- CORDAZZO, M. (2005): "IC Statements vs. Environmental and Social Reports: an empirical analysis of their convergences in the Italian context", *Journal of Intellectual Capital*, nº 6 (3), pp. 441-464.
- CHAMINADE, C. y ROBERTS, H. (2003): "What it means is what is does: a comparative analysis of implementing Intellectual Capital in Norway and Spain", *European Accounting Review*, nº 12 (4), pp. 733-751.
- CHEN GOH, P. (2005): "Intellectual Capital Performance of commercial banks in Malaysia", *Journal of Intellectual Capital*, nº 6 (3), pp. 385-396.
- DATI (Danish Agency for Trade and Industry) (1997): *A Guideline for Intellectual Capital Statements: A Key to Knowledge Management*, Copenhagen.
- DATI (2003): *Intellectual Capital Statements*, Copenhagen: The New Guideline.
- DEEGAN, C. (2000): *Financial Accounting Theory*, Ed. McGraw Hill Book Company, Sydney.

- DENZIN, N. K. (1970): *The research act. A theoretical introduction to sociological methods*, Ed. Aldine, Chicago.
- DONALDSON, T. y PRESTON, L. (1995): "The Stakeholders Theory of the corporation: concepts, evidence, implications", *Academy of Management Review*, nº 20, pp. 65-91.
- ECCLES, R.G. y MAVRINAC, S.C. (1995): "Improving the Corporate Disclosure Process", *Sloan Management Review*, Summer, pp. 11-25.
- EDVINSSON, L. y MALONE, M.S. (1999): *El Capital Intelectual: cómo identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa*, Ed. Gestión 2000, Barcelona.
- ESCOBAR PÉREZ, B. y LOBO GALLARDO, A. (2002): "Implicaciones Teóricas y Metodológicas de la Evolución de la Investigación en Contabilidad de Gestión", *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, nº 111, pp. 245-286.
- FEDERAL MINISTRY OF ECONOMICS AND LABOUR (2004): *Intellectual Capital Statement: Made in Germany, Guideline*, Disponible en: <http://www.bmwa.bund.de>
- FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, E. y GONZÁLEZ DÍAZ, B. (2004): El informe de Capital Intelectual, XI Encuentro de la Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad, Granada.
- FIELDING, N.G. y FIELDING, J.L. (1986): *Linking data*, Ed. Sage Publications, California.
- FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (2001): Improving Business Reporting: insights into enhancing voluntary disclosures, Disponible en: <http://www.fasb.org>
- (2001a): Business Combination, SFAS 141.
- (2001b): Goodwill and other intangible assets, SFAS 142.
- FREEMAN, R.E. (1984): *Strategic Management: a Stakeholder Approach*. Pitman Publishing.
- FROOMAN, J. (1999): "Stakeholder influence strategies", *Academy of Management Journal*, nº 42 (2), pp. 191-206.
- GANDÍA CABEDO, J.L. (2000): "La divulgación de información sobre intangibles en Internet: evidencia internacional", en VII Jornadas de trabajo sobre Análisis Contable de la Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad, Almería, pp. 37-60.
- GARCÍA-AYUSO, M. (2003): "Factors Explaining the Inefficient Valuation of Intangibles", *Accounting, Auditing & Accountability*, nº 16 (1), pp. 57-69.
- GARCÍA MECA, E. (2005): "Bridging the gap between disclosure and use of Intellectual Capital information", *Journal of Intellectual Capital*, nº 6 (3), pp. 27-440.
- GARCÍA-MECA, E. y MARTÍNEZ CONESA, I. (2005): "Assessing the quality of disclosure on intangibles in the Spanish capital market", *European Business Review*, nº 17 (4), pp. 605-313.
- GARCÍA, E.; MARTÍNEZ, I.; PARRA, I. (2002): "La oferta de información sobre CI en las presentaciones a analistas financieros. Un estudio de las empresas españolas", Paper presentado, en X Encuentro de la Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad, Santiago de Compostela.
- GRAHAM, J.R.; CAMPBELL, R.H. y SHIVA, R. (2005): "The economics implications of corporate financial reporting", *Journal of Accounting & Economics*, nº 40, pp. 3-73.
- GRAY, D.; RASTAS, T. y ROOS, G. (2004): What Intangible Resources do Companies Value, Measure and Report? A Combination of UK and Finnish Research, en IC Congress, septiembre, Helsinki.
- GUION, L.A. (2002): *Triangulation: Establishing the Validity of Qualitative Studies*, University of Florida. Extension, Institute of Food and Agricultural Sciences, pp. 1-3.
- GUTHRIE, J. y PARKER, L.D. (1989): "Corporate Social Reporting: a Rebuttal of Legitimacy Theory", *Accounting and Business Research*, nº 19 (76), pp. 343-352.
- GUTHRIE, J. y PARKER, L.D. (1990): "Corporate Social Disclosure Practice: a Comparative International Analysis", *Advances in Public Interest Accounting*, nº 3, pp. 159-175.
- GUTHRIE, J. y PETTY, R. (2000): "Intellectual Capital: Australian Annual Report Practices", *Journal of Intellectual Capital*, nº 1 (3), pp. 241-251.
- GUTHRIE, J. y RICCERI, F. (2004): "External intellectual capital reporting. contemporary evidence from Hong Kong and Australia", en IC Congress, Helsinki.

- GUTHRIE, J.; PETTY, R.; YONGVANICH, K. y RICCERI, F. (2004): "Using Content Analysis as a Research Method to Inquire into Intellectual Capital Reporting", *Journal of Intellectual Capital*, nº 5 (2), pp. 282-293.
- GUTHRIE, J.; PETTY, R. Y RICCERI, F. (2006): "The voluntary reporting of intellectual capital. Comparing evidence from Hong Kong and Australia", *Journal of Intellectual Capital*, nº 7 (2), pp. 254-271.
- HARRISON, J. y FREEMAN, R. E. (1999): "Stakeholders, social responsibility, and performance: empirical evidence and theoretical perspectives", *Academy of Management Journal*, nº 42 (5), pp. 479-485.
- HEALY, P.M. y PALEPU, K.G. (2001): "Information asymmetry, corporate disclosure and the capital markets: a review of the empirical disclosure literature", *Journal of Accounting and Economics*, nº 31, pp. 405-440.
- HOLLAND, J. (2001): Corporate Value Creation, Intangibles and Disclosure. Working Paper 2001/3, Department of Accounting & Finance, University of Glasgow Working Paper Series.
- INSTITUTO DE ANÁLISIS DE INTANGIBLES (IAI) (2007): *La comunicación de intangibles en España*, Disponible en: <http://www.institutoanalisisintangibles.com>
- JENSEN, H. (2001): "Policy and Company Perspectives for IC Reporting", *HRCA*, nº 6 (1).
- JICK, T.D. (1979): "Mixing qualitative and quantitative methods: Triangulation in action", *Administrative Science Quarterly*, nº 24, pp. 602-611.
- JOHNSON, G. y SCHOLES, K. (2001): *Dirección estratégica*, Ed. Prentice Hall, Madrid.
- JOHANSON, U. (2003): "Why are Capital Market Actors Ambivalent to Information about Certain Indicators on Intellectual Capital", *Accounting, Auditing & Accountability*, nº 16 (1), pp. 31-38.
- JOHANSON, U.; MARTESSON, M. y SKOOG, M. (2001a): "Mobilizing Change through the Management Control of Intangibles", *Accounting, Organizations and Society*, nº 26 (7/8), pp. 715-733.
- JOHANSON, U.; MARTESSON, M. y SKOOG, M. (2001b): "Measuring to Understand Intangible Performance Drivers", *European Accounting Review*, nº 10 (3), pp. 407-437.
- LAWRENCE, P.R. y LORSCH, J.W. (1969): *Organization and Environment*, Ed. Harvard University Press, Cambridge.
- LEV, B.; CAÑIBANO, L. y MARR, B. (2005): "An accounting perspective on Intellectual Capital", en Marr, B. (Ed.), *Perspectives on Intellectual Capital*, Ed. Elsevier Butterworth Heinemann, Oxford, pp. 42-55.
- MARR, B.; GRAY, D. y NEELY, A. (2003): "Why do Firms Measure their Intellectual Capital", *Journal of Intellectual Capital*, nº 4, pp. 441-464.
- MINISTRY OF ECONOMICS, TRADE AND INDUSTRY (2005): *Guidelines for Disclosure of Intellectual Assets Based Management*, Disponible en: <http://www.neochemir.co.jp/topics/tizai/060615/NeoChemir%20Intellectual%20Assets%20based%20Management%20Report%202005.pdf>
- MINTZBERG, H. (1973): *The Nature of Managerial Work*, Ed. Harper and Row, New York.
- MINTZBERG, H. (1983): *Structure in Fives. Designing Effective Organizations*, Inc., Ed. Prentice Hall International.
- MINTZBERG, H. (1989): *Mintzberg on Management: Inside our Strange World of Organizations*, Free Press, New York and London.
- MITCHELL, R.; AGLE, B. y WOOD, D. (1997): "Toward a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts", *Academy of Management Review*, nº 22 (4), pp. 853-887.
- MONCLÚS, R.; RODRÍGUEZ, A. y TORRES, T. (2005): *Información sobre intangibles en la nueva economía*, Ed. ACCID, Contabilidad y Dirección, Barcelona.
- MOURITSEN, J. (2003): "Intellectual Capital and the Capital Market: The Circulability of Intellectual Capital", *Accounting, Auditing & Accountability*, nº 16 (1), pp. 18-30.

- MOURITSEN, J.; LARSEN, H.T. y BUKH, P.N. (2001): "Intellectual Capital and the Capable Firm: Narrating, Visualising and Numbering for Managing Knowledge", *Accounting, Organisations and Society*, nº 26 (7), pp. 735-762.
- MOURITSEN, J.; BUKH, N. Y MARR, B. (2004): "Reporting on Intellectual Capital: Why, What and How?", *Measuring Business Excellence*, nº 8 (1), pp. 46-54.
- NAVARRO CID, J. (2000): "Gestión Organizacional y Teorías del Caos: un Marco de Referencia para entender la Dinámica Organizativa", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, nº 9 (2), pp. 43-54.
- NEVADO PEÑA, D. y LÓPEZ RUIZ, V.R. (2002): *El Capital Intelectual: valoración y medición*, Ed. Prentice Hall, Madrid.
- NORDIC INDUSTRIAL FUND (2001): *Intellectual Capital, Managing and Reporting*, Nordic Industrial Fund, Disponible en: <http://nordika.net>
- OLIVERAS, E.; GOWTHORPE, C.; PERRAMON, J. y KASPERSKAYA, Y. (2004): "Reporting Intellectual Capital in Spain 2000-2002", en IC Congress, septiembre, Helsinki.
- ORDÓÑEZ DE PABLOS, P. (2003): "Intellectual Capital reporting in Spain: a comparative view", *Journal of Intellectual Capital*, nº 4 (1), pp. 61-61.
- ORDÓÑEZ DE PABLOS, P. y EDVINSSON, L. (2007): *The Intellectual Capital Statements: evolution and how to get started*, Forthcoming.
- OTLEY, D.T. (1980): "Contingency Theory of Management Accounting: Achievement and Prognosis", *Accounting, Organizations and Society*, nº 5 (4), pp. 413-428.
- PARKER, D. (1998): "Towards Intellectual Capital reporting: developing new measures", *Australian CPA*, nº 68 (5), pp. 24-25.
- PFEFFER, J. (1987): *Organizations and Organization Theory*, Ed. Pitman, London.
- RAMÍO, C. y BALLART, X. (1993): *Teoría de la Organización*, Ed. Ministerio de Administraciones Públicas, Madrid.
- RODRÍGUEZ PÉREZ, G. (2004): "La Revelación de Información sobre Activos Intangibles en los Informes Anuales. Diferencias entre Empresas Financieras y no Financieras", Comunicación presentada al XIV Congreso ACEDE, Conocimiento y Competitividad, septiembre, Universidad de Murcia.
- ROJO RAMÍREZ, A. y SIERRA FERNÁNDEZ, M. (2000): "La revelación de información sobre intangibles en empresas españolas: un estudio exploratorio", en VII Jornada de trabajo sobre Análisis Contable de la Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad, Almería, pp. 61-78.
- ROOS, J.; ROOS, G.; DRAGONETTI, N. y EDVINSSON, L. (1997): *Intellectual Capital: navigating in the new business landscape*, Ed. MacMillan Business, London.
- ROOS, J.; DRAGONETTI, N.C.; ROOS, G. y Edvinsson, L. (2001): *Capital Intelectual. El valor intangible de las empresas*, Ed. Paidós Empresa, Barcelona.
- SCOTT, W.R. (1992): "The Organization of Environments: Network, Cultural and Historical Elements", en J.W. Meyer & W.R. Scott (Eds.): *Organizational Environments*, Newbury Park: Sage, pp. 155-178.
- SCOTT, W.R. (1995): *Institutions and Organizations*, Ed. SAGE Publications, London.
- SELZNICK, P. (1957): *Leadership in Administration: A Sociological Interpretation*, Ed. Harper & Row, New York.
- SIERRA FERNÁNDEZ, M. (2002): *El Capital Intelectual en Contabilidad Financiera. Naturaleza, reconocimiento y divulgación*, Tesis Doctoral, Universidad de Almería.
- STAKE, R.E. (2000): "Case studies", in N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (2nd ed., pp. 435-454), Thousand Oaks, CA: Sage.
- STAROVIC, D. y MARR, B. (2003): *Understanding Corporate Value – Measuring and Reporting Intellectual Capital*, Chartered Institute of Management Accountants, London.
- STEWART, T.A. (1998): *La nueva riqueza de las organizaciones. El Capital Intelectual*, Ed. Granica, Buenos Aires.
- UNIÓN EUROPEA. DIRECCIÓN GENERAL DE EMPRESA (2003): *The measurement of Intangible Assets and Associated Reporting Practices*.

- VAN DER MEER-KOOISTRA, J. y ZIJLSTRA, S. (2001): "Reporting on Intellectual Capital", *Journal of Intellectual Capital*, nº 14 (4), pp. 456-476.
- VANDEMAELE, S.N.; VERGAUWEN, P.G.M.C. y SMITS, A.J. (2005): "Intellectual Capital Disclosure in the Netherlands, Sweden and the UK: a longitudinal and comparative study", *Journal of Intellectual Capital*, nº 6 (3), pp. 417-442.
- VILLAFANE, J. (2007): *Informe Anual de la Comunicación Empresarial y la Gestión de Intangibles en España y Latinoamérica*. Disponible en: <http://www.villafane.com/Upload/NotaDePrensaPresentaci%C3%B3n.pdf>
- VERGAUWEN, P.G. M.C. y VAN ALEM, F.J.C. (2005): "Annual report IC disclosures in The Netherlands, France and Germany", *Journal of Intellectual Capital*, nº 6 (1), pp. 89-104.
- WILLIAMS, S.M. (2001): "Is Intellectual Capital Performance and Disclosure Practices Related?", *Journal of Intellectual Capital*, nº 2 (3), pp. 192-203.
- WOODWARD, J. (1965): *Industrial Organization: Theory and Practice*, Ed. Oxford University Press, London.
- (1970): "Technology, Management Control and Organizational Behaviour". en J. Woodward (eds.). *Industrial Organization: Behaviour and Control*, Ed. Oxford University Press, Oxford.
- YAUCH, CH.A. y STEUDEL, H.J. (2003): "Complementary Use of Qualitative and Quantitative Cultural Assessment Methods", *Organizational Research Methods*, nº 6, pp. 465-481.
- ZAMBON, S. (2002). *Accounting, intangibles and Intellectual Capital: an overview of the issues and some considerations. First Report April*. Disponible en: <http://www.euintangibles.net/conferences/>

