ESTUDIOS DE ECONOMÍA APLICADA VOL. 29-3 2011 PÁGS. 1 – 28

Beneficios y costes de la divulgación de información sobre capital intelectual: Evidencia empírica en las universidades públicas españolas

YOLANDA RAMÍREZ CÓRCOLES
Departamento de Administración de Empresas, UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA, ESPAÑA. E-mail: Yolanda.Ramirez@uclm.es

JESÚS F. SANTOS PEÑALVER
Departamento de Administración de Empresas, UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA, ESPAÑA. E-mail: Jesus.Santos@uclm.es

ÁNGEL TEJADA PONCE
Departamento de Administración de Empresas, UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA, ESPAÑA. E-mail: Angel.Tejada@uclm.es

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es conocer en qué medida los usuarios de la información contable universitaria están interesados en contar con información relativa al capital intelectual, así como cuáles son sus opiniones sobre los motivos por los que las universidades no divulgan información sobre su capital intelectual en el actual modelo de información contable universitario y las consecuencias positivas que podrían derivarse de dicha divulgación. Los resultados obtenidos muestran que, en opinión de los miembros de los Consejos Sociales de las universidades públicas españolas, la divulgación de información sobre capital intelectual conllevaría un aumento de la transparencia de la institución, un aumento de la satisfacción de los usuarios y una mejora en la credibilidad, imagen y reputación de la Universidad. Mientras que es la falta de sistemas de información internos para identificar y medir los elementos intangibles el principal motivo por el que las universidades no divulgan dicha información.

Palabras claves: Capital intelectual, universidades, costes, beneficios, divulgación.

Benefits and Costs of Intellectual Capital Disclosure: Empirical Evidence from Spanish Public Universities

ABSTRACT

The aim of this paper is to show the extent to which accounting information users are interested in have information on intellectual capital, and their opinions about the reasons why universities do not disclose information on their intellectual capital in the current university accounting information model and the positive consequences that might result from this disclosure. The obtained results show that, in the opinion of members of the Social Councils in Spanish public universities, intellectual capital disclosure results in higher transparency of the institution, increased user's satisfaction and improved credibility, image and reputation of the university. While it is the lack of internal information system to identify and measure the intangibles the main reason that universities do not disclose such information.

Keywords: Intellectual Capital, Universities, Costs, Benefits, Disclosure.

Clasificación JEL: I23, M14, M41

Artículo recibido en septiembre de 2010 y aceptado en mayo de 2011
Artículo disponible en versión electrónica en la página www.revista-eea.net, ref. ə-29302

ISSN 1697-5731 (online) – ISSN 1133-3197 (print)

1. INTRODUCCIÓN

En el actual contexto socio-económico, caracterizado por la creciente internacionalización y demanda de educación superior, la presentación de información sobre capital intelectual llega a ser de gran relevancia en las universidades, lo cual es principalmente debido al hecho de que el conocimiento es el principal output (resultado) e input (insumo) en estas instituciones. Así, la Universidad lo que produce es conocimiento, bien sea a través de la investigación científico-técnica (resultados de investigación, publicaciones, etc.) o bien a través de la docencia (estudiantes formados y relaciones productivas con sus stakeholders). Asimismo, entre sus recursos más valiosos están sus docentes, investigadores, personal de administración y servicios, gobierno universitario y estudiantes, junto con sus procesos organizacionales y redes de relaciones (Warden, 2004; Leitner, 2004). Por lo que puede afirmarse que tanto sus inputs como sus outputs son principalmente intangibles.

En concreto, el término "capital intelectual" dentro de las universidades va a ser usado para cubrir todos los activos no tangibles o no físicos de la institución, incluyendo sus procesos, capacidad de innovación, patentes, el conocimiento tácito de sus miembros, sus capacidades, talentos y destrezas, el reconocimiento de la sociedad, su red de colaboradores y contactos, etc. De tal modo que, el capital intelectual es el conjunto de intangibles que "*permite a una organización transformar un conjunto de recursos materiales, financieros y humanos en un sistema capaz de crear valor para los stakeholders*" (European Commission, 2006:4).

Otras razones que justifican la importancia y necesidad de establecer un modelo de difusión del capital intelectual en la Universidad es la existencia de continuas demandas externas de una mayor información y transparencia sobre el uso de los fondos públicos (Warden, 2004), lo cual es fundamentalmente debido al continuo proceso de descentralización, tanto académico como financiero, experimentado por las instituciones de educación superior. De este modo, cabe señalar que las universidades, como principales productoras de conocimiento, se vuelven instituciones claves en la actual economía, estando en consecuencia sometidas a un mayor seguimiento en sus actuaciones por parte de todo su entorno (European University Association, 2006:19). Ante esta situación, la adecuada presentación de comunicación institucional se convierte actualmente en uno de los principales mecanismos de rendición de cuentas de las instituciones de educación superior.

Otro de los motivos para que las universidades comiencen a publicar información sobre su capital intelectual es que éstas tienen que competir por la consecución de fondos de financiación. Actualmente las universidades se enfrentan a una creciente competencia por los escasos fondos de financiación, encontrándose por tanto más presionadas en comunicar sus resultados logrados.

Por todo ello, se incrementan las necesidades de rendición de cuentas por parte de las universidades, lo que implica que la organización universitaria debe ser capaz de suministrar información objetiva y relevante que garantice la satisfacción de las necesidades informativas de sus usuarios. En este sentido, cabe señalar que la información financiera relativa a las universidades no es únicamente el tipo de información exigida por la gran mayoría de los stakeholders, pues éstos están más interesados en conocer la calidad y la evolución de las actuaciones relativas a las actividades específicas de la institución y no sólo sus resultados financieros (Machado, 2007). Así pues, las universidades deberán incorporar en su estrategia de comunicación institucional una mayor atención a sus stakeholders y a sus respectivos intereses informativos, haciéndose necesario incorporar información relevante sobre sus intangibles, como por ejemplo, información sobre aspectos de la calidad de la institución, la imagen corporativa, su responsabilidad social y ambiental, las capacidades, competencias y destrezas de su personal, etc.

Sobre este punto hay que aclarar que, con cierta frecuencia, se argumenta que es imposible valorar los intangibles y que, por consiguiente, no debería realizarse ningún cambio en las prácticas actuales de publicación de información financiera. Esta afirmación refleja la confusión existente entre los aspectos relacionados con la medición de los intangibles y los relativos a la publicación de información sobre ellos. En nuestra opinión, las dificultades existentes para la valoración de los intangibles (un problema de medición) no deberían ser impedimento para la publicación de información en las notas a los estados financieros o por otro medio (Lev, 2003:121), puesto que dicha información resulta de gran utilidad a los usuarios de los estados financieros[1]. Igualmente, el FASB (2001:4-5) justifica la divulgación de información sobre intangibles no reconocidos bajo los siguientes términos "*a pesar de seguir existiendo razones fuertes para el establecimiento de criterios restrictivos que limiten el reconocimiento de intangibles generados internamente, se vuelve necesario encontrar mejores formas de informar a los usuarios de los informes financieros acerca de activos intangibles (...). Sin el desarrollo de tales aproximaciones, la contabilidad puede enfrentarse a una pérdida seria de credibilidad a medida que los activos intangibles se vuelvan más y más importantes*".

Sin embargo, y a pesar de todo lo comentado, en la mayoría de los países se verifica una total ausencia de obligación o recomendación de presentar información sobre capital intelectual por parte de las universidades, con la excepción del caso de las universidades austriacas (Leitner, 2004). Ante esta ausencia de obligatoriedad o simples recomendaciones por parte de las autoridades políticas

[1] Algunos interesantes trabajos donde se pone de manifiesto la importancia de los intangibles en la actual Economía del Conocimiento son los realizados por Pulido (2008), Simó y Sallán (2008) y Bueno, Salmador y Merino (2008).

y administrativas universitarias de presentar esta información, se considera conveniente la realización de estudios donde se muestre aquellas razones por las que las instituciones de educación superior deberían preparar y divulgar información sobre su capital intelectual así como los motivos que pueden tener para no hacerlo.

De este modo, en este trabajo se presenta un estudio empírico donde se analiza la opinión de los miembros de los Consejos Sociales de las universidades públicas españolas sobre los principales beneficios y costes derivados de la implantación por parte de una institución de educación superior de una política proactiva de publicación de información sobre su capital intelectual.

2. LA PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE CAPITAL INTELECTUAL EN LAS INSITITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Son numerosos los organismos, entidades y académicos que, conscientes de la dificultad de incorporar el capital intelectual en los balances con la actual normativa, han optado por proponer la elaboración y presentación de los llamados Informes de Capital Intelectual (Ramírez, 2010), los cuales contienen un conjunto de indicadores que contribuyen a mejorar la calidad de la información contable de las organizaciones.

Con la introducción de la obligatoriedad de presentar este Informe de Capital Intelectual en el sistema de educación superior se daría un paso crucial hacia la nueva gestión universitaria, consiguiendo un doble objetivo: identificar y medir los intangibles para propósitos de gestión y proporcionar información útil a los stakeholders.

Una de las principales iniciativas relativa a la elaboración y presentación de información sobre capital intelectual en las instituciones de educación superior es el caso de las universidades austriacas, las cuales desde el año 2007 están obligadas a presentar Informes de CI. En concreto, la UG2002, en su artículo 13, estableció la obligación y el marco general para desarrollar estos Informes de CI (denominados Wissensbilanz). Según la UG2002 (sección 13, subsección 6), el Informe de CI incluirá, al menos, los siguientes elementos:

- "*las actividades de la universidad, los objetivos sociales y voluntarios y las estrategias;*
- *su capital intelectual, dividido en capital humano, estructural y relacional;*
- *los procesos presentados en el contrato de actuación, incluyendo sus outputs e impactos*" (Federal Ministry of Education, Science and Culture of Austria, 2002).

Dentro de este Informe de CI, cada Universidad tiene que presentar indicadores de input, output y rendimiento para la investigación, docencia y las actividades de tercera misión.

El modelo base del Informe de CI de la universidad austriaca descrito en la UG2002 fue desarrollado por Schneider y Koch y está basado en el modelo y principios desarrollados en el Austrian Research Center (ARC), institución europea de investigación pionera en aplicar modelos de CI para gestionar los intangibles y en presentar esta información (Leitner, 2005). Este modelo intenta visualizar el proceso de producción de conocimiento dentro de las universidades y está compuesto de cuatro principales elementos:

- los objetivos: conjunto de objetivos organizacionales definidos por las propias universidades y un conjunto de objetivos políticos establecidos por el ministerio austriaco;
- el capital intelectual: el cual es interpretado como el input en el proceso de producción de conocimiento dentro de las universidades, es decir, es entendido como todas las formas de recursos intangibles que ofrecen la base de conocimiento para llevar a cabo sus tareas y permitir reforzar su competitividad futura;
- los procesos claves de actuación de la institución: investigación, educación, comercialización de la investigación, transferencia de conocimiento, servicios y servicios de infraestructura, los cuales pueden ser ampliados o reducidos dependiendo del perfil de la universidad (Leitner,2004).; y
- los impactos: se valorará y analizará el impacto de los logros de los procesos de actuación en la institución y en sus diferentes stakeholders (comunidad científica, estudiantes, ciudadanos, gobierno, industria, etc.).

Los diferentes elementos del modelo se medirán por indicadores basados en información cuantitativa, cualitativa y evaluaciones.

Finalmente, la estructura detallada del Informe de capital intelectual de Universidad, el modo de presentar la información y los indicadores obligatorios a ser publicados fueron regulados mediante una Orden del Ministerio Federal de Educación, Ciencia y Cultura publicada el 15 de Febrero de 2006.

Por otro lado, el Observatory of European Universities (OEU), creado en Junio de 2004, tiene como uno de sus principales objetivos entender la importancia de la gestión de los intangibles en las universidades públicas para mejorar su nivel de calidad y competitividad (Sánchez y Elena, 2006:538). En concreto, uno de los resultados finales más relevantes del OEU y que ha sido desarrollado por un equipo de investigación de la Universidad Autónoma de Madrid es la presentación de un Informe de Capital Intelectual específicamente diseñado para universidades y centros de investigación -llamado *ICU Report*- (Sánchez, Elena y Castrillo*.,* 2007). Este informe tiene como finalidad mejorar la transpa-

rencia y ayudar a la difusión de los indicadores de capital intelectual de un modo homogéneo. El Informe de CI propuesto está constituido por tres secciones fundamentales que describen el movimiento lógico desde la estrategia interna (diseño de la visión y objetivos de la institución) y la gestión hacia un sistema de indicadores (OEU, 2006:211): (a) visión de la institución; (b) recursos y actividades intangibles; (c) sistema de indicadores (Cañibano et al., 2002).

Otras relevantes propuestas de presentación de información sobre capital intelectual para las instituciones de educación superior son las realizadas por la Universidad Poznan de Economía, en Polonia, donde Fazlagic (2005) prepara un informe de capital intelectual utilizando la metodología propuesta por el Ministerio Danés de Ciencia, Tecnología e Innovación (2000), donde se presenta el capital intelectual en la forma de recursos, actividades y resultados; o la realizada por la organización de investigación no lucrativa coreana ETRI (Electronics and Telecommunications Research Institute), quien a comienzos del año 2001 comenzó a desarrollar una herramienta de gestión eficaz y a establecer un sistema de gestión del conocimiento y desde el año 2004 publica informes de capital intelectual anualmente (ETRI, 2005).

3. COSTES Y BENEFICIOS EN LA PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE CAPITAL INTELECTUAL

La elección de una política de comunicación de información sobre capital intelectual estará condicionada por el análisis realizado por la dirección de la organización de los efectos positivos y negativos que pudiera ocasionar para la institución dicha práctica (análisis coste-beneficio).

En términos generales, los principales beneficios asociados a la presentación de información sobre capital intelectual son los siguientes:

- Incrementa la transparencia de la institución sobre el uso de los fondos públicos y privados.
- Mejora la imagen o reputación de la institución (Babío, Muiño y Vidal, 2003; Caprioti, 2004:63), puesto que transmite una imagen positiva de transparencia y de voluntad de informar.
- Ayuda a inspirar confianza entre los trabajadores de la institución y otros grupos de interés (los empleados conocerían los esfuerzos en formación, competencias y motivaciones; los clientes conocerían en qué medida la empresa realiza esfuerzos para retenerlos y satisfacer sus demandas, etc.).
- Reducción de asimetrías informativas entre *insiders* y *outsiders* (Holland, 2001; Starovic y Marr, 2003; Cuganesan, 2005), al resultar ésta una herramienta válida para aumentar la posición informativa de los colectivos

interesados en la marcha de las organizaciones –clientes, proveedores, propietarios, Administraciones Públicas, empleados y otros usuarios-.

- Ayuda a la visión a largo plazo de la institución a través de la comunicación de la perspectiva a largo plazo (Backhuijs et al., 1999).
- Mejora la gestión de la institución, puesto que el proceso de comunicar información sobre intangibles conlleva todo un proceso de reflexión sobre la base inmaterial de la institución que repercutirá en un mejor conocimiento de la misma, lo que supondrá que los gerentes tomen sus decisiones con una base más racional en orden a fijar sus objetivos estratégicos (Castilla, Chamorro y Cámara, 2006).

En cuanto a los principales inconvenientes derivados de la publicación externa de información sobre el capital intelectual cabe destacar los siguientes:

- Elevados costes de recogida, tratamiento de la información, elaboración y difusión (Meer- Kooistra y Zijlstra; 2001).
- Incrementa los costes operativos como resultado de nuevas reglas y de la burocracia (Backhuijs et al., 1999).
- Deja espacio a la manipulación de la información, pudiéndose llegar a que se publique sólo la información favorable para la institución (Backhuijs et al., 1999).
- Coste de desventaja competitiva. Este coste se refiere al temor de la institución a divulgar demasiada información sobre aquellos aspectos clave de la misma (Williams, 2001:201) por miedo a perjudicar su posición competitiva. En este sentido, Castilla, Chamorro y Cámara (2006) consideran que "*la estandarización del suministro informativo sobre intangibles puede reducir considerablemente el coste de desventaja competitiva para las empresas, al permitir homogeneizar las partidas que van a ser divulgadas*".
- Crea riesgos para los usuarios mediante la presentación de información provisional que no puede justificarse (Backhuijs et al., 1999).

4. ESTUDIO EMPÍRICO

A continuación mostramos el trabajo empírico realizado donde los objetivos principales perseguidos han sido dos:

- Objetivo I: Conocer la importancia concedida por los usuarios de la información contable a la presentación de información sobre capital intelectual por parte de las universidades.
- Objetivo II: Identificar los motivos que pueden llevar a las universidades a considerar ventajosa la divulgación de información sobre capital intelectual, así como aquellos otros que han podido impedírselo.

4.1. Metodología y recogida de datos

Con el propósito de justificar la necesidad de incorporar información relativa al capital intelectual dentro de los informes contables universitarios se procedió, a mediados de mayo de 2009, al envío de un cuestionario *online* dirigido a los miembros de los Consejos Sociales de todas las universidades públicas españolas para conocer su opinión al respecto[2]. La metodología del estudio ha sido sintetizada en la ficha técnica adjunta en la Tabla 1.

Tabla 1
Ficha técnica del estudio

Colectivo objeto de análisis	Usuarios de la información contable de las universidades públicas españolas
Universo (Población)	Miembros integrantes de los Consejos Sociales de las universidades públicas españolas (1.094)
Tamaño de la muestra	247
Técnica de obtención de información	Encuesta *online*
Periodo de trabajo de campo	Mayo-Julio 2009
Tiempo promedio de encuesta	7 minutos y 45 segundos
Software informático	SPSS® v. 17

Fuente: Elaboración propia.

4.1.1. *Delimitación de la población y selección de la muestra*

La elección de la población objeto de estudio queda justificada por dos importantes razones: (1) por considerar que los miembros que forman los Consejos Sociales de las distintas universidades públicas españolas son una buena muestra del sentir de los usuarios de la información universitaria[3], al representar a los diferentes colectivos de la sociedad vinculados con las universidades, y (2) por su conocimiento de la información contable publicada por las universidades, al ser éstos quienes aprueban las cuentas anuales universitarias (art. 14.2 y 14.3 de la LOMLOU).

[2] Sobre este punto, cabe señalar que el estudio empírico realizado presenta como limitación la existencia de un sesgo muestral debido a la forma en que se ha seleccionado la muestra (auto-selección muestral).

[3] En el trabajo de Larrán, López y Calzado (2010), y tras realizar una revisión de la literatura especializada, se identifica como stakeholders en el ámbito universitario, y por tanto usuarios de la información contable universitaria, a las administraciones públicas, el equipo de dirección, el personal docente e investigador, el personal de administración y servicios, los estudiantes, los empleadores, los medios de comunicación, los sindicatos y las agencias de acreditación y de evaluación de la calidad.

Asimismo, dado que uno de los miembros integrantes de los Consejos Sociales son los rectores y gerentes, y éstos son los encargados de elaborar las cuentas anuales universitarias, también resultará de gran interés conocer su opinión particular, como emisores de dicha información, sobre los motivos por los que las universidades no divulgan información sobre su capital intelectual.

Una vez analizada la composición de los Consejos Sociales de las universidades públicas españolas se evidencia que en todos ellos aparecen como miembros: el Rector, el Secretario General, el Gerente, el Secretario del Consejo, un Presidente, un representante del PDI, un representante del PAS, un representante de estudiantes, entre 2 y 6 (generalmente 2) representantes de organizaciones empresariales, entre 2 y 6 (generalmente 2) representantes de organizaciones sindicales, y distintos representantes del Gobierno de la Junta de Comunidades, del Parlamento de la Comunidad Autónoma, del Ayuntamiento, de las Cortes Regionales, de la Federación de Municipios y Provincias, etc., los cuales han sido englobados dentro del colectivo denominado Administraciones Públicas.

De cara a la realización de un posterior análisis de contraste, que nos permita conocer si existen diferencias en las opiniones de los distintos colectivos, se ha agrupado a los miembros de los Consejos Sociales en los siguientes tres colectivos[4]: 1) Gobierno universitario, que englobaría al Rector, Secretario General, Secretario del Consejo y Gerente; 2) Usuarios externos, que comprende estudiantes, representantes de organizaciones empresariales, representantes de organizaciones sindicales y representantes de administraciones públicas; y 3) Empleados[5], que hace referencia al personal docente e investigador y al personal de administración y servicios.

De esta manera, la población objeto de estudio quedó constituida por 1.094 miembros integrantes en los Consejos Sociales de las universidades públicas españolas, obteniéndose respuestas por parte de 247 miembros, lo cual supone un 22.57% del total. El tamaño de la muestra es considerado suficiente, dado que en una población binominal el error de estimación sería del 5,37% para un nivel de confianza del 95%.

Asimismo, es importante señalar, dada la naturaleza del estudio que se pretende llevar a cabo, que la estructura por grupos sea lo más parecida posible a la de la población, cuestión que como puede observarse en la Tabla 2 se cumple en todos los casos puesto que los porcentajes que cada grupo representa

[4] Siguiendo a O'dwyer (2005:762) consideramos como potenciales usuarios de la información contable institucional a todos los individuos o entidades que pueden tener un interés directo o indirecto en el funcionamiento y en las actividades de la institución, tanto los que contribuyen a tales actividades como los que se encuentran influenciados de algún modo por esas actividades.

[5] Si bien éstos forman parte de los órganos de gobierno universitario a través del Claustro Universitario, se considera interesante conocer su opinión de forma individual.

en la muestra y en la población son muy similares, siendo la máxima diferencia de 4 puntos porcentuales.

En consecuencia, se puede considerar que se está en condiciones de garantizar la representatividad de nuestra muestra de manera que las conclusiones del estudio puedan hacerse extensivas a la totalidad de usuarios del sistema universitario español.

Tabla 2
Nivel de respuesta por Colectivos

	Gobierno universitario	PDI	PAS	Estudiante	Organizaciones empresariales	Organizaciones sindicales	Administraciones Públicas	TOTAL
POBLACIÓN	192	50	48	48	154	116	486	**1.094**
Porcentaje s/ población total	17.55%	4.57%	4.39%	4.39%	14.08%	10.60%	44.42%	**100%**
RESPUESTAS	39	22	15	12	29	17	113	**247**
Porcentaje s/muestra	15.79%	8.9%	6.1%	4.9%	11.74%	6.88%	45,75%	**100%**

Fuente: Elaboración propia.

Por último, hay que destacar que se ha obtenido respuesta por parte del 100% de las universidades públicas españolas, siendo los miembros pertenecientes a los Consejos Sociales de las Universidades de Castilla-La Mancha, de Cádiz, de León y la Universidad Miguel Hernández de Elche las que han alcanzado un mayor índice de participación en el estudio. No obstante, también hay que señalar la alta participación de los miembros de los Consejos Sociales de las Universidades de Almería, de la Complutense de Madrid, de Huelva, de Salamanca, la de Las Palmas de Gran Canaria, la Universitat Pompeu Fabra y la Universidad Pablo Olavide de Sevilla.

4.1.2. *Procedimiento de recogida de la información*

El instrumento al que se ha recurrido para la obtención de los datos ha sido la encuesta *online*. A través del correo electrónico se solicita a los miembros de los Consejos Sociales universitarios españoles a participar en nuestra investigación, proporcionándoles un *link* de acceso personal a la encuesta.

El cuestionario está compuesto de preguntas cerradas, dicotómicas de respuesta simple combinadas con escalas *Likert*, con el fin de conocer la opinión de los usuarios de la información contable sobre la importancia de incorporar información sobre capital intelectual en los informes anuales de las universidades públicas españolas, y los beneficios y costes asociados a la divulgación de dicha información (véase Apéndice A).

4.1.3. *Tratamiento de datos*

Las respuestas obtenidas han sido sometidas a un análisis descriptivo en función de las características de cada una de las preguntas del cuestionario. Asimismo, se realizó análisis de contrastes para recoger si existían diferencias en las respuestas atendiendo al tipo de usuario de la información contable, recurriéndose en este caso a un análisis ANOVA.

4.2. Análisis de resultados del estudio empírico

A continuación comentamos, para cada uno de los objetivos marcados, los principales resultados obtenidos a través del estudio empírico realizado en este trabajo.

4.2.1. *Objetivo 1: Conocer la importancia concedida a la divulgación de información sobre capital intelectual*

Ante la reducida presencia de información sobre aspectos intangibles de las instituciones de educación superior dentro de la información contable que obligatoriamente han de elaborar las universidades públicas españolas, se considera relevante conocer la opinión de los usuarios de la información contable universitaria sobre la conveniencia de que las universidades publiquen dicha información.

Sobre este particular, cabe destacar que de los encuestados que participaron en nuestro estudio, un alto porcentaje, el 89.1% manifestaron mostrar un alto interés por la divulgación de información sobre capital intelectual por parte de las universidades públicas españolas, considerando que dicha divulgación aumentaría la relevancia de la información contenida en los actuales estados contables universitarios.

Diferenciando por colectivos de usuarios, se obtuvo que la práctica totalidad de los usuarios -administraciones públicas (89,4%), alumnos (100%), organizaciones empresariales (86,2%), PDI (95,5%) y gobierno universitario (97,4%), miembros del PAS (66,7%) y de organizaciones sindicales (76,5%)- consideran que la presentación de información sobre capital intelectual por parte de las universidades aumenta la relevancia de la información contenida en sus estados contables actuales.

Como consecuencia de lo comentado anteriormente, sólo un 4,9% de los encuestados considera que informar sobre el capital intelectual a los distintos usuarios aumente la ambigüedad y la pérdida de relevancia de la información contenida en los estados contables actuales.

Como conclusión de este bloque de preguntas cabe destacar que se ha evidenciado un fuerte énfasis en la necesidad de que las universidades presenten información sobre su capital intelectual.

4.2.2. *Objetivo 2: Percepciones de costes y beneficios de la divulgación de información sobre capital intelectual*

El objetivo de este bloque del cuestionario es conocer la opinión de los miembros de los Consejos Sociales universitarios sobre cuáles son los principales motivos por los que las universidades no divulgan información sobre su capital intelectual en los informes contables y las consecuencias positivas que podrían derivarse de dicha publicación. Las percepciones de los encuestados relativas a ambos aspectos fueron medidas a través de una escala Likert de 5 puntos -donde 1: nada importante y 5: muy importante-. Asimismo, se ha analizado si estas opiniones dependen del colectivo de usuarios al que representan los miembros de los Consejos Sociales, los cuales se han dividido en tres grupos: 1. Gobierno universitario, 2. Empleados y 3. Usuarios externos.

- **Percepciones relativas a beneficios ligados a la presentación de información sobre capital intelectual por parte de las universidades**

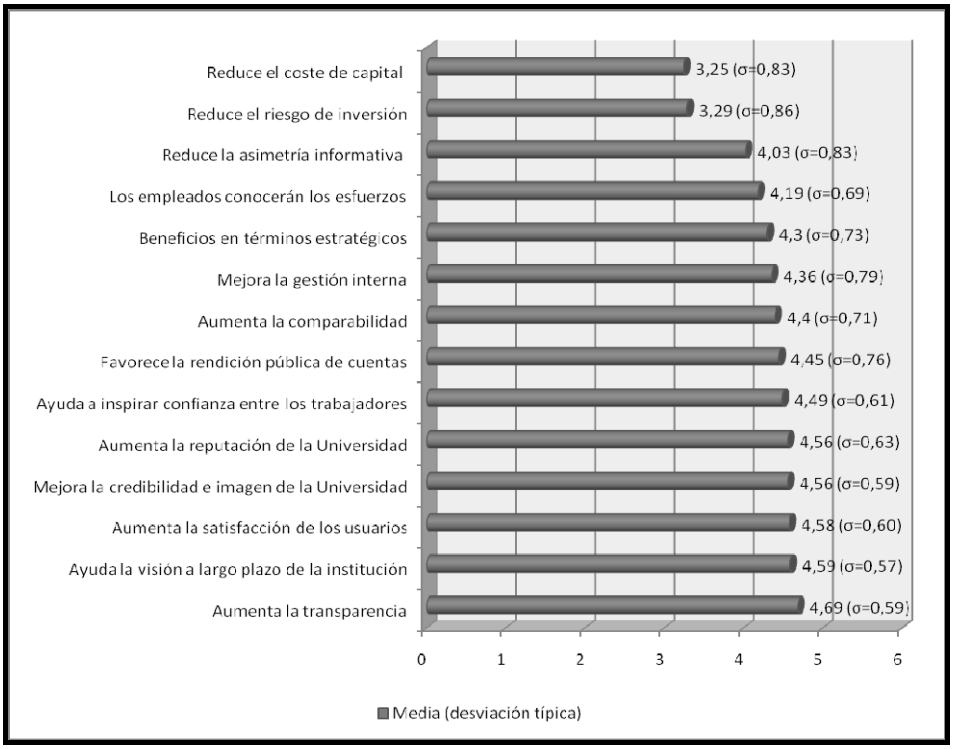
El análisis de las opiniones de los encuestados relativas a los posibles efectos beneficiosos derivados de la presentación de información sobre capital intelectual muestra, como puede verse en la Figura 1, que se esperan grandes beneficios de la existencia de una política de divulgación de información sobre capital intelectual, especialmente, a través de un aumento de la transparencia, de la visión a largo plazo de la institución, del aumento de la satisfacción de los usuarios y una mejora en la credibilidad, imagen y reputación de la Universidad. La elevadas valoraciones que alcanzan estos efectos beneficiosos (superior a 4,5) unida al reducido valor de la desviación típica, indica que existe un alto grado de consenso, entre todos los encuestados, acerca de la importante contribución que la información sobre capital intelectual puede hacer en la satisfacción de los usuarios y en la imagen de la Universidad.

También reciben una valoración importante (superior a 4) los beneficios asociados directamente con mejorar la confianza entre los trabajadores de la universidad y otros grupos de interés, favorecer la rendición pública de cuentas, aumentar la comparabilidad entre las instituciones universitarias, mejorar la gestión interna y reducir la asimetría informativa.

Finalmente, destacar que las últimas posiciones corresponden con la reducción en el riesgo de inversión y reducción en el coste del capital (resultados que coinciden con los obtenidos en el trabajo de Babío, Muiño y Vidal (2003) pero en ese caso para el ámbito empresarial). Aparentemente, los encuestados no conceden mucha importancia a la presentación de información sobre capital intelectual de cara a permitir obtener una reducción en el coste del capital, lo cual puede ser debido a que la mayoría de la financiación de las universidades procede del gobierno central y autonómico.

En la Figura 1 se muestran las medias y desviaciones típicas para cada uno de los ítems del cuestionario relativo a beneficios derivados de la publicación de información sobre CI.

Figura 1
Beneficios derivados de la publicación de información sobre capital intelectual en las Universidades



(*) Escala de 5 puntos: (1: nada importante, 5: muy importante)

Fuente: Elaboración propia.

La elevada puntuación obtenida por la ventaja de servir como medio para aumentar la transparencia informativa de las universidades -el 75,3% la consideran como muy relevante-, nos permite justificar la necesidad de divulgar información sobre capital intelectual como un paso necesario de cara a cumplir con uno de los objetivos marcados en la Estrategia Universidad 2015: el de transparencia informativa.

Asimismo cabe destacar que la mayor parte de los empleados (el 86,4% del PDI y el 93,3% del PAS) consideran que la divulgación de información sobre capital intelectual actúa a favor de reforzar y/o mejorar las relaciones entre

universidades y el colectivo de los empleados, pues se destina a dar a conocer determinados aspectos que no aparecen reflejados en la información exigida desde un punto de vista legal. De ahí que se valore la mejora de la confianza en los empleados universitarios.

Por otro lado, se analizó si estas opiniones dependen del colectivo de usuarios al que representan los miembros de los Consejos Sociales. Para ello se realizó un ANOVA (comparación de medias) que nos permitió comprobar si existen opiniones diferentes entre los distintos colectivos de usuarios y si éstas eran estadísticamente significativas[6].

Para la aplicación del análisis de la varianza se han tomado como variables dependientes los catorce beneficios incluidos en el estudio, y como variable independiente (factor) aquella que indica la pertenencia a cada uno de los colectivos de usuarios. En este caso, el ANOVA de un factor será una variable categórica que toma un valor comprendido entre 1 y 3, dependiendo del colectivo de usuario (1: gobierno universitario, 2: empleados y 3: resto de usuarios).

Para llevar a cabo el ANOVA se ha obtenido el estadístico F, cociente entre la media cuadrática inter-grupo y la media cuadrática intra-grupo, con un nivel crítico de 0,05, con la finalidad de contrastar si las variables incluidas en el análisis presentan diferencias significativas entre los grupos formados (véase Tabla 3).

Tabla 3
Diferencias en las percepciones de beneficios entre colectivos de usuarios.
Análisis de la Varianza (ANOVA)

	Grupo	N	Media	Desv. Típica	F	Sig.
Reduce asimetría	1. Gob. Univ.	39	3,87	0,89	,834	,436
	2. Empleados	37	4,08	0,80		
	3. Us. Externos	171	4,05	0,83		
Reduce coste	1. Gob. Univ.	39	3,15	0,96	,304	,738
	2. Empleados	37	3,24	0,98		
	3. Us. Externos	171	3,27	0,77		
Reduce riesgo	1. Gob. Univ.	39	3,18	0,91	,493	,611
	2. Empleados	37	3,24	0,86		
	3. Us. Externos	171	3,32	0,84		
Credibilidad	1. Gob. Univ.	39	4,44	0,75	1,222	,297
	2. Empleados	37	4,54	0,61		
	3. Us. Externos	171	4,60	0,54		

[6] Consideramos que la diferencia de medias es significativa al nivel 0,05.

Tabla 3 (continuación)
Diferencias en las percepciones de beneficios entre colectivos de usuarios.
Análisis de la Varianza (ANOVA)

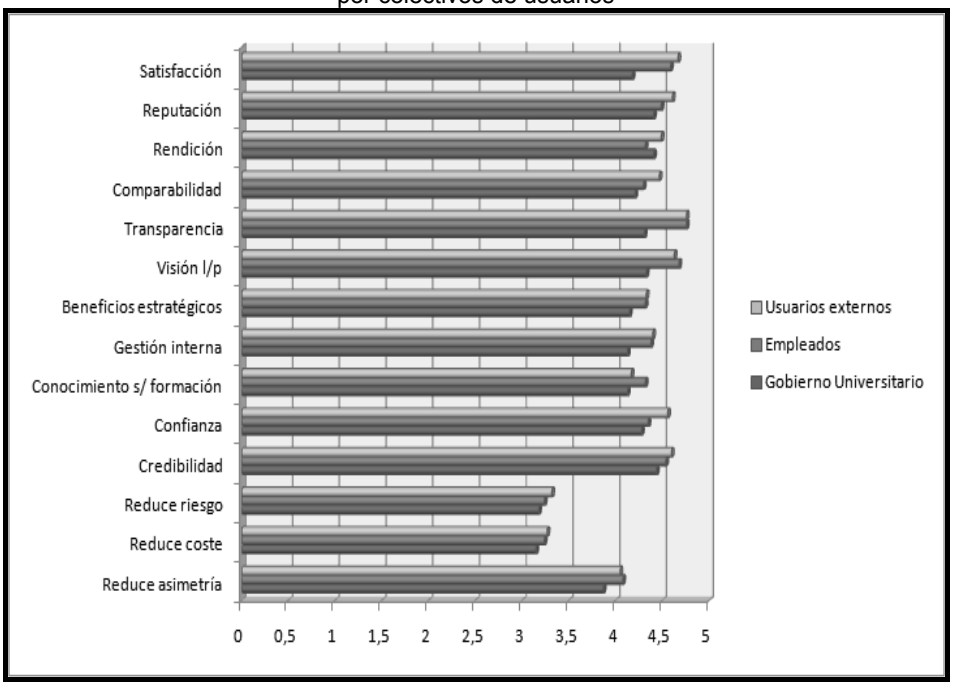
	Grupo	N	Media	Desv. Típica	F	Sig.
Confianza	1. Gob. Univ.	39	4,28	0,65	4,505	,012
	2. Empleados	37	4,35	0.75		
	3. Us. Externos	171	4,56	0,55		
Conocimiento s/ formación	1. Gob. Univ.	39	4,13	0,73	,926	,398
	2. Empleados	37	4,32	0,67		
	3. Us. Externos	171	4,17	0,69		
Gestión interna	1. Gob. Univ.	39	4,13	0,83	1,972	,141
	2. Empleados	37	4,38	0.89		
	3. Us. Externos	171	4,40	0,75		
Beneficios estratégicos	1. Gob. Univ.	39	4,15	0,78	,932	,395
	2. Empleados	37	4,32	0,82		
	3. Us. Externos	171	4,33	0,69		
Visión l/p	1. Gob. Univ.	39	4,33	0,70	4,997	,007
	2. Empleados	37	4,68	0,67		
	3. Us. Externos	171	4,63	0,50		
Transparencia	1. Gob. Univ.	39	4,31	0,80	10,193	,000
	2. Empleados	37	4,76	0,55		
	3. Us. Externos	171	4,76	0,52		
Comparabilidad	1. Gob. Univ.	39	4,21	0,83	2,824	,061
	2. Empleados	37	4,30	0,85		
	3. Us. Externos	171	4,47	0,64		
Rendición	1. Gob. Univ.	39	4,41	0,72	,812	,445
	2. Empleados	37	4,32	0,88		
	3. Us. Externos	171	4,49	0,74		
Reputación	1. Gob. Univ.	39	4,41	0,64	1,842	,161
	2. Empleados	37	4,49	0,69		
	3. Us. Externos	171	4,61	0,62		
Satisfacción	1. Gob. Univ.	39	4,18	0,82	11,734	,000
	2. Empleados	37	4,59	0,55		
	3. Us. Externos	171	4,67	0,51		

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados de este análisis, recogidos en la Tabla 3, ponen de manifiesto que existen diferencias estadísticamente significativas (Sig. < 0,05) para cuatro de los efectos beneficiosos considerados: ayuda a la visión a largo plazo de la institución, ayuda a inspirar confianza entre los trabajadores de la universidad y otros grupos de interés, aumenta la transparencia y aumenta la satisfacción de los usuarios, correspondiendo las valoraciones más elevadas a los usuarios externos.

Asimismo, el análisis de los estadísticos descriptivos correspondientes a cada uno de los colectivos analizados (véase Figura 2), permite observar que, mientras que el gobierno universitario valora en primer lugar como efecto beneficioso de la publicación de información sobre capital intelectual una mejora en la credibilidad e imagen de la universidad (media de 4,44 y desviación típica de 0,75), los empleados y los usuarios externos señalan como principal efecto beneficioso la mejora de la transparencia informativa (en ambos casos con una media de 4,76 y desviación típica de 0,55 y 0,52 respectivamente).

Figura 2
Opinión sobre los beneficios de la divulgación de información sobre CI por colectivos de usuarios



Escala de 5 puntos: (1 nada importante, 5: muy importante)

Fuente: Elaboración propia.

Por lo que respecta a las divergencias de opinión entre colectivos (gobierno universitario, empleados y usuarios externos), el examen de los estadísticos descriptivos (media) recogidos en la Tabla 3 permite apreciar que los miembros integrantes del colectivo gobierno universitario perciben la existencia de menores beneficios ligados a la presentación de información sobre capital intelectual que los empleados y que los usuarios externos, para todos los conceptos analizados, aunque las diferencias son en algunos casos mínimas. Por su parte, los resultados obtenidos del test de comparaciones múltiples (Tabla 4) muestra que para los cuatro efectos beneficios en los que se ha encontrado importantes diferencias entre la valoración asignada por los diferentes colectivos de usuarios -confianza, visión a largo plazo, transparencia y satisfacción de los usuarios-, en todos ellos el gobierno universitario ofrece una valoración inferior a la otorgada por los usuarios externos e inferior a la otorgada por los empleados para el caso de los dos últimos beneficios -transparencia y satisfacción de los usuarios-.

Tabla 4
Test de comparaciones múltiples

Variable dependiente	(I) 7 grupos	(J) 7 grupos	Diferencia de medias (I-J)	Sig.
Confianza	Gob. Univ.	Us. Externos	-,279*	,112
Visión l/p	Gob. Univ.	Us. Externos	-,298*	,118
Transparencia	Gob. Univ.	Empleados	-,449*	,157
	Gob. Univ.	Us. Externos	-,453*	,134
Satisfacción	Gob. Univ.	Empleados	-,415*	,160
	Gob. Univ.	Us. Externos	-,493*	,137

* *La diferencia de medias es significativa al nivel 0,05.*

Fuente: Elaboración propia.

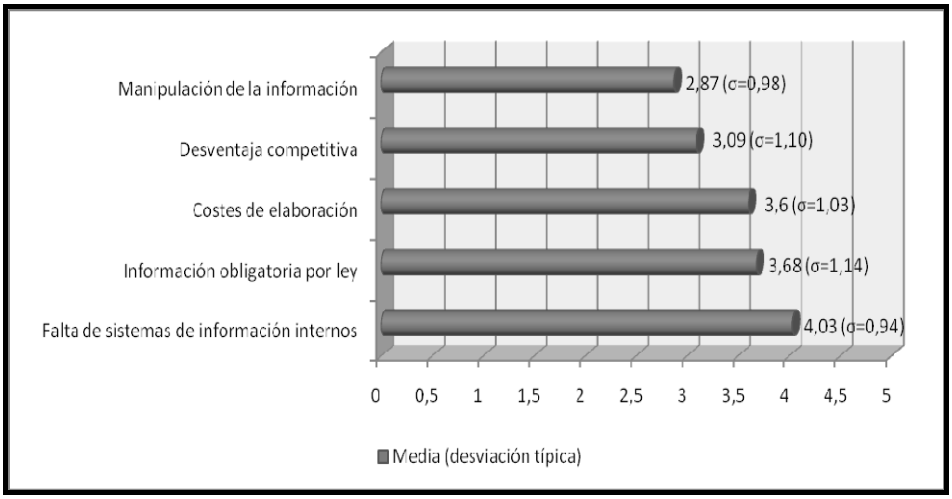
Los anteriores resultados llevan a concluir que los empleados (PDI y PAS) y los usuarios externos (organizaciones sindicales, organizaciones empresariales, estudiantes y administraciones públicas) valoran más fuertemente la influencia de la información sobre capital intelectual en la obtención de una serie de efectos beneficiosos que el gobierno universitario. En concreto, los usuarios externos perciben la existencia de mayores beneficios asociados al aumento de la transparencia, aumento de la satisfacción de los usuarios, mejora la visión a largo plazo de la institución y aumento en la confianza de los trabajadores que los miembros integrantes del gobierno universitario. También existen diferencias de opinión entre los empleados y el gobierno universitario en cuanto a los beneficios relativos al aumento de transparencia y aumento de la satisfacción de

los usuarios, pues en ambos casos los empleados presentan valoraciones más altas.

- **Percepciones relativas a los motivos por los que las universidades no divulgan información sobre capital intelectual**

Los resultados de nuestro análisis muestran que, en opinión de los encuestados, es la falta de sistemas de información internos para identificar y medir los elementos intangibles el principal motivo por el que las universidades no divulgan dicha información (véase Figura 3). Le siguen en orden de importancia, pero con una inferior valoración, el elevado coste de elaboración y el hecho de que solamente se vean obligadas a divulgar información establecida por ley. Las últimas posiciones, con una valoración media de 3,09 y 2,87 respectivamente, corresponden a la posibilidad de crear una desventaja competitiva para la Universidad y el dejar espacio a la manipulación de la información.

Figura 3
Motivos para no publicar información sobre capital intelectual en las Universidades



Escala de 5 puntos: (1: nada importante, 5: muy importante)

Fuente: Elaboración propia.

De este modo, a diferencia de otros estudios empíricos como los realizados por Babío, Muiño y Vidal (2003), Beattie y Thompson (2005) y Jarret et al. (2007), en opinión de los encuestados, el factor que más influye en la decisión de retener (no hacer pública) información relativa al capital intelectual, que como ha sido evidenciado es demandada por los usuarios, no es por miedo a que la información publicada por la universidad sea utilizada por sus competidores (valoración media de 3,09 y desviación típica de 1,10), sino por la ausencia de

sistemas de información internos de identificación y medición de los elementos intangibles universitarios. Evidentemente, si la Universidad aún no se ha planteado la identificación y medición de sus recursos intangibles difícilmente podrá divulgarlos. De ahí, que consideremos de gran relevancia nuestra propuesta de modelo de identificación y medición de intangibles para las instituciones de educación superior, el cual puede servir de referente a las universidades públicas españolas.

Ahora bien, dado que estas opiniones pueden depender del colectivo analizado, se examinará también los motivos percibidos atendiendo a cada uno de los colectivos identificados (1. Gobierno universitario, 2. Empleados y 3. Usuarios externos).

Tabla 5
Diferencias en las percepciones de los motivos para no divulgar información sobre capital intelectual entre colectivos de usuarios. Análisis de la Varianza (ANOVA)

	Grupo	N	Media	Desv. Típica	F	Sig.
Coste	1. Gob. Univ.	39	3,51	1,00	,190	,827
	2. Empleados	37	3,59	1,17		
	3. Us. Externos	171	3,63	1,02		
Competencia	1. Gob. Univ.	39	2,85	1,09	1,302	,274
	2. Empleados	37	3,03	1,19		
	3. Us. Externos	171	3,15	1,07		
Manipulación	1. Gob. Univ.	39	2,72	1,05	,561	,571
	2. Empleados	37	2,89	1,20		
	3. Us. Externos	171	2,90	0,91		
Inf.obligatoria	1. Gob. Univ.	39	3,46	1,19	2,702	,069
	2. Empleados	37	3,41	1,32		
	3. Us. Externos	171	3,80	1,07		
Falta sistemas	1. Gob. Univ.	39	3,95	0,97	,328	,721
	2. Empleados	37	3,97	1,01		
	3. Us. Externos	171	4,06	0,91		

Fuente: Elaboración propia.

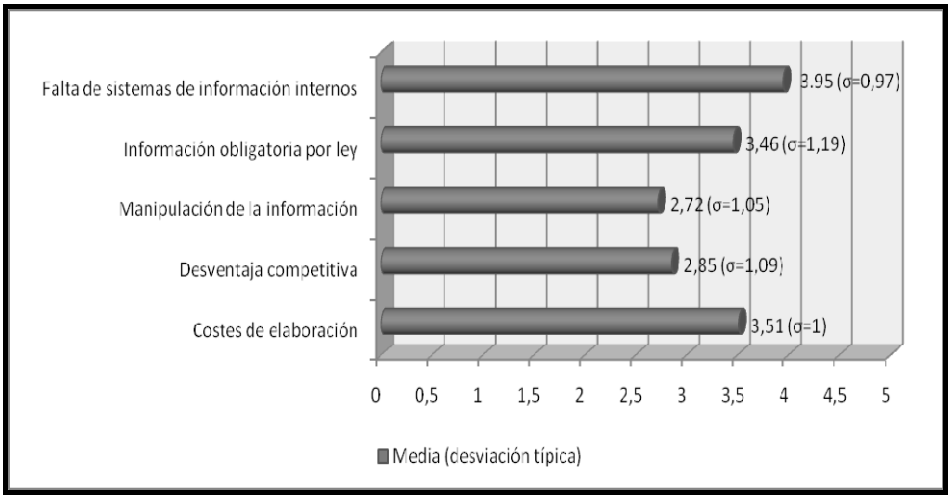
Como puede observarse de los resultados del análisis ANOVA, mostrado en la Tabla 5, las diferencias entre esos tres colectivos no son estadísticamente significativas para ninguno de los motivos de no divulgación analizados (Sig. > 0,05). No obstante, cabe destacar que si bien las valoraciones otorgadas por los

distintos colectivos de usuarios son muy similares, las valoraciones procedentes de los usuarios externos son las más elevadas.

A la luz de estos resultados se puede concluir que todos los usuarios, con independencia del colectivo al que pertenezcan, valoran como el principal motivo para no divulgar información sobre capital intelectual, la falta de sistemas internos de identificación y medición de elementos intangibles, lo cual principalmente será debido a que no se ha planteado dicha necesidad.

Por otra parte, dado que los miembros integrantes del gobierno universitario son los encargados de elaborar las cuentas anuales universitarias (gerentes y rectores) o tienen una influencia muy directa en su elaboración, nos interesa comentar más detalladamente su opinión sobre los motivos por los que las universidades no divulgan información sobre su capital intelectual (véase Figura 4).

Figura 4
Opinión del gobierno universitario sobre los motivos para no publicar información sobre capital intelectual en las Universidades



Escala de 5 puntos: (1: nada importante, 5: muy importante)

Fuente: Elaboración propia.

La ausencia de sistemas de información internos para identificar y medir los elementos intangibles universitarios ha sido señalado, por los miembros del gobierno universitario, como el principal motivo por el que las universidades no divulgan información sobre su capital intelectual (el 74,4% lo señalan como el principal motivo). En nuestra opinión, esta falta de sistemas queda explicada principalmente por el hecho de que aún no se ha planteado la necesidad de con-

tar con estos sistemas. Asimismo, el cuerpo de gobierno universitario percibe que la preparación de información adicional sobre elementos intangibles a la exigida legalmente conlleva unos costes de elaboración de cierta importancia (el 59% le otorga una alta valoración).

5. CONCLUSIONES

Los profundos cambios acaecidos en las instituciones de educación superior europeas (el proceso de Bolonia, el aumento de la competencia global, la construcción de áreas europeas de investigación y de educación superior) están requiriendo importantes cambios estratégicos en los sistemas de comunicación institucional. En concreto, compartimos la opinión manifestada por el Observatory of the European University (2006) de que, en un futuro no muy lejano, la divulgación de información sobre capital intelectual llegará a ser obligatoria en las universidades. Ante este panorama, resulta necesaria la ampliación de la comunicación tradicional de las universidades a través de la incorporación de información sobre capital intelectual (un Informe de Capital Intelectual), puesto que las universidades se ven cada vez más obligadas a incrementar su transparencia y su nivel de rendición de cuentas ante sus diferentes stakeholders. A través de la presentación de esta nueva información los interesados externos podrán disponer de información fiable y comparable sobre las actuaciones de las instituciones de educación superior en todos sus ámbitos de actuación y podrán así formar juicios de valor y tomar las decisiones correspondientes.

Sobre este particular, en nuestro trabajo se ha constatado que un elevado porcentaje de los encuestados -un 89.1%- consideran fundamental, de cara a aumentar la relevancia de los estados contables universitarios actuales, que las universidades suministren información sobre su capital intelectual.

Asimismo, la revisión de la doctrina existente, tanto teórica como empírica, sugiere que de la presentación de información sobre capital intelectual pueden esperarse beneficios como, por ejemplo, los derivados de la reducción de la asimetría informativa, la mejora de la imagen de la institución y las relaciones con los empleados y otros stakeholders, beneficios en términos estratégicos, la mejora de la transparencia o un aumento de la comparabilidad entre instituciones. Ante la existencia y percepción de estos beneficios cabría esperar que las universidades no se limitasen a la difusión de aquellos datos exigidos por la legislación, sino que, por el contrario, optasen por hacer pública toda la información relativa a su capital intelectual. Sin embargo, se debe tener también en cuenta cuáles podrían ser las principales razones para no divulgar información sobre su capital intelectual.

De este modo, a través de la realización de este trabajo se ha pretendido conocer la opinión de los miembros de los Consejos Sociales de las universidades públicas españolas sobre los motivos por los que las universidades no

divulgan información sobre su capital intelectual en el actual modelo de información contable universitario y las consecuencias positivas que podrían derivarse de dicha publicación.

En cuanto a las principales razones señaladas para la no divulgación de información sobre capital intelectual se encuentran, por orden de importancia: (i) la falta de sistemas internos de identificación y medición de elementos intangibles, (ii) el elevado coste de elaboración y (iii) el hecho de que las universidades solamente se vean obligadas a divulgar información establecida por ley -en todos estos casos más del 50% de las puntuaciones los catalogaban como muy relevantes-. Ante estos resultados, y en nuestra opinión, consideramos que la no divulgación de información sobre capital intelectual se ha debido a que hasta el momento no se ha planteado esta necesidad. Además, según los resultados derivados del análisis ANOVA realizado, estas percepciones son independientes del colectivo de usuarios al que representen, dado que las medias obtenidas para unos y otros son muy similares.

Por lo que respecta a los posibles beneficios derivados de la existencia de una política de divulgación de información sobre capital intelectual, en primer lugar cabe destacar las altas valoraciones otorgadas a los distintos beneficios, lo que cual vuelve a ser una prueba más del gran interés existente en la necesidad de que las universidades públicas españolas publiquen dicha información. En concreto, los beneficios señalados como más relevantes son los siguientes: el aumento de la transparencia, de la visión a largo plazo de la institución, el aumento de la satisfacción de los usuarios y una mejora en la credibilidad, imagen y reputación de la Universidad.

La elevada puntuación obtenida por la ventaja de servir como medio para aumentar la transparencia informativa de las universidades -el 75,3% la consideran como muy relevante-, nos permite justificar la necesidad de divulgar información sobre capital intelectual como un paso necesario de cara a cumplir con uno de los objetivos marcados en la Estrategia Universidad 2015: el de transparencia informativa. Asimismo, es justo este incremento informativo el que actúa a favor de aumentar la satisfacción de los usuarios, reforzando las relaciones entre universidades y el colectivo al que se dirige. Totalmente relacionado con lo anterior se encuentra la ventaja de mejorar la credibilidad, imagen y reputación de la Universidades.

Por último, señalar la existencia de diferencias estadísticamente significativas atendiendo al tipo de usuario. Así, los resultados obtenidos del examen de los estadísticos descriptivos, del análisis ANOVA y del test de comparaciones múltiples nos permite concluir que, con carácter general, los empleados y los usuarios externos parecen percibir la existencia de mayores beneficios asociados a la publicación de información sobre capital intelectual frente a la opinión del gobierno universitario, especialmente en los beneficios relativos al aumento

de la transparencia, aumento de la satisfacción de los usuarios, mejora de la visión a largo plazo de la institución y aumento en la confianza de los trabajadores.

Finalmente, son destacables algunas limitaciones de la investigación realizada que sugieren futuras líneas de análisis. Así, una de las principales limitaciones hace referencia a la muestra objeto de estudio y a la estructura de la encuesta. De este modo, el hecho de realizar un análisis exclusivamente a los miembros de los Consejos Sociales de las universidades españolas ha dado lugar a que queden colectivos de usuarios sin analizar, por ejemplo, inversores y proveedores de recursos, medios de comunicación, etc. De ahí, que sería interesante en un futuro ampliar la muestra a una comunidad de representación más amplia. Por otro lado, en futuras encuestas sería interesante intercalar preguntas de escala Likert con preguntas de tipo ordinal que obliguen al entrevistado a optar entre distintos items. Algunas otras líneas de investigación a realizar en un futuro derivadas directamente de los resultados obtenidos en este estudio serían las siguientes: i) conocer las prácticas de divulgación de información sobre capital intelectual por parte de las universidades españolas; ii) propuesta y validación de un Informe estandarizado de capital intelectual universitario que permita la comparación entre universidades; y iii) contrastar qué componentes del capital intelectual son los que más contribuyen a la obtención de los objetivos estratégicos de las universidades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BABÍO, M.R.; MUIÑO, M.F. y VIDAL, R. (2003). “La influencia del tamaño y la cotización en la publicación de información voluntaria: un análisis basado en percepciones de costes y beneficios” en *Revista de Contabilidad*, 6, pp. 19-55.

BACKHUIJS, J.B.; HOLTERMAN, W.G.M.; OUDMAN, R.S.; OVERGOOR, R.P.M. y ZIJLSTRA, S.M. (1999). “Reporting on intangible assets”. International Symposium Measuring and Reporting Intellectual Capital: Experiences, Issues and Prospects, Amsterdam.

BEATTIE, V. y THOMPSON, S. (2005). “Lifting the lid on the use of content analysis to investigate Intellectual Capital disclosures in Corporate Annual Reports”. 1th Workshop on Visualing, Measuring and Managing Intangibles and Intellectual Capital. Ferrara, Italy.

BUENO, E., SALMADOR, M.P. y MERINO, C. (2008). “Génesis, concepto y desarrollo del capital intelectual en la economía del conocimiento: Una reflexión sobre el Modelo Intellectus y sus aplicaciones” en *Estudios de Economía Aplicada*, 26(2), pp. 43-64.

CAÑIBANO, L.; SÁNCHEZ, P.; GARCÍA-AYUSO, M. y CHAMINADE, C. (Eds) (2002). *Directrices para la gestión y difusión de información sobre intangibles (Informe de capital intelectual)*. Madrid: Fundación Airtel Móvil.

CAPRIOTI, P. (2004). *La Imagen Corporativa*. Barcelona: Editorial Ariel.

CASTILLA, F.; CHAMORRO, E.V. y CÁMARA, M. (2006). "La importancia de la información contable sobre intangibles en la reducción de asimetrías informativas". XV Encuentro Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad (ASEPUC). Burgos.

CUGANESAN, S. (2005). *Intellectual Capital Reporting: a user perspective*. Social Science Electronic Publishing.

DANISH AGENCY FOR DEVELOPMENT OF TRADE AND INDUSTRY (2000). *A Guideline for Intellectual Capital Statements - A Key to Knowledge Management*. Copenhagen: Danish Trade and Industry Development Council.

ELECTRONICS AND TELECOMMUNICATIONS RESEARCH INSTITUTE (ETRI) (2005). "Intellectual Capital Report". Disponible en: www.etri.er.kr [Último acceso: Noviembre de 2010].

EUROPEAN UNIVERSITY ASSOCIATION (EUA) (2006). "The rise of knowledge regions: emerging opportunities and challenges for universities". Bruselas: European University Association. Disponible en: http://www.eua.be [Último acceso: Noviembre de 2010].

EUROPEAN COMMISSION (2006). "Ricardis: Reporting intellectual capital to augment research, development and innovation in SMEs". *Report to the Commission of the High Level Expert Group on Ricardis*. Disponible en: http://ec.europa.eu/invest-in-research/pdf/download_en/2006-977_web1.pdf [Último acceso: Noviembre de 2010].

FAZLAGIC, A. (2005). "Measuring the intellectual capital of a University". Conference on Trends in the Management of Human Resources in Higher Education. Paris: OECD. Disponible en: http://www.oecd.org/dataoecd/56/16/35322785.pdf. [Último acceso: Noviembre de 2010].

FEDERAL MINISTRY OF EDUCATION, SCIENCE AND CULTURE OF AUSTRIA (2002). "University Organisation and Studies Act –University Act 2002-, Nº 120/2002". Disponible en: http://www.bmbwk.gv.at [Último acceso: Noviembre de 2010].

FEDERAL MINISTRY OF EDUCATION, SCIENCE AND CULTURE (2006). "Verordnung ueber die Wiessenbilanz (Wissensbilanz-Verordnung-WBV), BGB1, II Nr.63/2006". Disponible en: http://www.bmbwk.gv.at/universiteeten/recht/gesetze/wbv/wbv.xml [Último acceso: Noviembre de 2010].

FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (FASB) (2001). "Improving Business Reporting: Insights into Enhancing Voluntary Disclosures". Business Reporting Research Project. FASB Report. Norwalk: Connecticut, FASB. Disponible en: http://www.fasb.org/brrp/brrp2.shtml [Último acceso: Noviembre de 2010].

HOLLAND, J. (2001). "Corporative value creation, intangibles and disclosure". *Working Paper 2001/3,* University of Glasgow.

JARRET, J. ET AL. (2007). "Measurement of intagible R&D assets through IAS 38: the case of Precia-Molen". Intellectual Capital Congress, Haarlem, The Nederlands.

LARRÁN, M.; LÓPEZ, A. y CALZADO, M.Y. (2010). "Expectativas de los stakeholders en las universidades públicas españolas: un estudio empírico". XIV Encuentro de la Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad (ASEPUC), A Coruña.

LEITNER, K.H. (2004). "Intellectual Capital reporting for universities: conceptual background and application for Austrian Universities" en *Research Evaluation*, 13(2), pp. 129-140.

LEITNER, K.H. (2005). "Managing and Reporting Intellectual Capital in Public Research Organisations and Universities: Background, Development and Experiences of Austrian Organisations". 1st Workshop on "Visualising, Measuring and Managing Intangibles and Intellectual Capital". Ferrara, Italy.

LEV, B. (2003). *Intangibles: Medición, Gestión e Información.* Bilbao: Ediciones Deusto.

LEY ORGÁNICA 4/2007, de 12 de abril, que modifica la Ley 6/2001 de Universidades (LOMLOU). (BOE 13/04/2007).

MACHADO, E. (2007). "A Comunicaçao Institucional das Universidades e o Relato de Capital Intelectual. Um estudo nas Universidades Ibéricas". Tesis Doctoral. Universidad Autónoma de Madrid.

MEER-KOOISTRA, V. y ZIJLSTRA, S.M. (2001). "Reporting on Intellectual Capital" en *Accounting, Auditing & Accountability*, 14(4), pp. 456-473.

OBSERVATORY OF THE EUROPEAN UNIVERSITY (OEU) (2006). "Methodological Guide", Final Report of the Observatory of the European University, PRIME Project. Disponible en: www.prime-noe.org [Último acceso: Noviembre de 2010].

O'DWYER, B. (2005). "User needs in Sustainability Reporting: a perspective from stakeholders in Ireland" en *European Accounting Review*, 14(4).

PULIDO, A. (2008). "Una revisión de conjunto de la economía de los intangibles" *en Estudios de Economía Aplicada*, 26(2), pp. 29-42.

RAMÍREZ, Y. (2010). "Análisis de las principales Guías para la presentación de información sobre capital intelectual" en *Estudios de Economía Aplicada,* 28(2), pp. 481.

SÁNCHEZ, P. y ELENA, S. (2006). "Intellectual Capital in Universities. Improving Transparency and Internal Management" en *Journal of Intellectual Capital*, 7(4), pp. 529-548.

SÁNCHEZ, P.; ELENA, S. y CASTRILLO, R. (2007). "The ICU Report: an intellectual capital proposal for university strategic behaviour". Institutional Management in Higher Education (IMHE) Conference. París.

SECRETARÍA DE ESTADO DE UNIVERSIDADES (2008). *Estrategia Universidad 2015. Resumen ejecutivo.* Madrid: Ministerio de Ciencia e Innovación.

SIMO, P. y SALLÁN, J.M. (2008). "Capital intangible y capital intelectual: Revisión, definiciones y líneas de investigación" en *Estudios de Economía Aplicada*, 26(2), pp. 63-78.

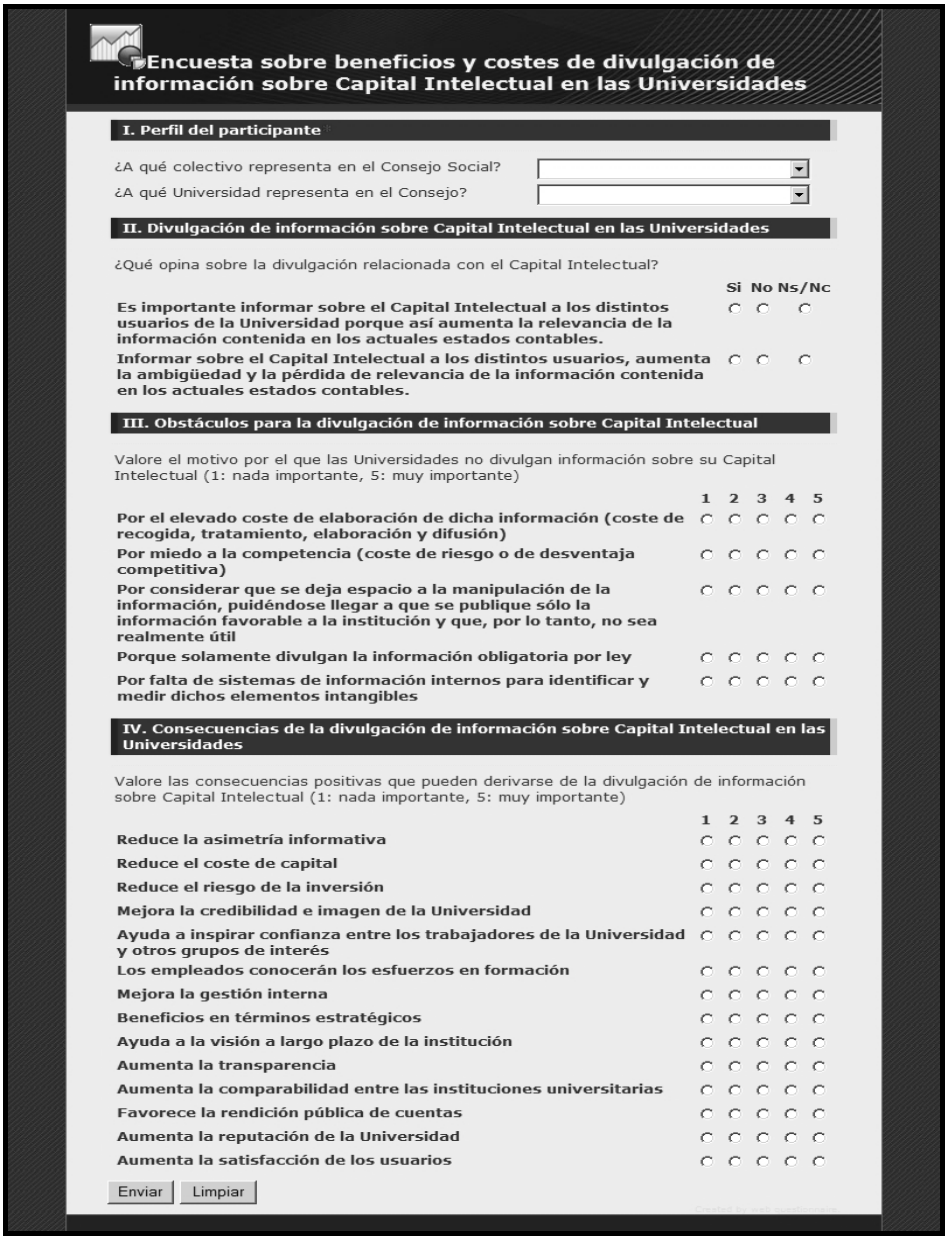
STAROVIC, D. Y MARR, B. (2003). *Understanding corporate value –measuring and reporting Intellectual Capital.* London: Chartered Institute of Management Accountants.

WARDEN, C. (2004). "Valuation and Evaluation of Intangibles in Universities & Research Centres". Disponible en: http://www.earma.org/WG/vimak/vimak.html [Último acceso: Octubre 2010].

WILLIAMS, S.M. (2001). "Is intellectual capital performance and disclosure practices related?" en *Journal of Intellectual Capital*, 2(3), pp. 192-203.

Apéndice A

Cuestionario



Encuesta sobre beneficios y costes de divulgación de información sobre Capital Intelectual en las Universidades

I. Perfil del participante

¿A qué colectivo representa en el Consejo Social?

¿A qué Universidad representa en el Consejo?

II. Divulgación de información sobre Capital Intelectual en las Universidades

¿Qué opina sobre la divulgación relacionada con el Capital Intelectual?

	Si	No	Ns/Nc
Es importante informar sobre el Capital Intelectual a los distintos usuarios de la Universidad porque así aumenta la relevancia de la información contenida en los actuales estados contables.	○	○	○
Informar sobre el Capital Intelectual a los distintos usuarios, aumenta la ambigüedad y la pérdida de relevancia de la información contenida en los actuales estados contables.	○	○	○

III. Obstáculos para la divulgación de información sobre Capital Intelectual

Valore el motivo por el que las Universidades no divulgan información sobre su Capital Intelectual (1: nada importante, 5: muy importante)

	1	2	3	4	5
Por el elevado coste de elaboración de dicha información (coste de recogida, tratamiento, elaboración y difusión)	○	○	○	○	○
Por miedo a la competencia (coste de riesgo o de desventaja competitiva)	○	○	○	○	○
Por considerar que se deja espacio a la manipulación de la información, pudiéndose llegar a que se publique sólo la información favorable a la institución y que, por lo tanto, no sea realmente útil	○	○	○	○	○
Porque solamente divulgan la información obligatoria por ley	○	○	○	○	○
Por falta de sistemas de información internos para identificar y medir dichos elementos intangibles	○	○	○	○	○

IV. Consecuencias de la divulgación de información sobre Capital Intelectual en las Universidades

Valore las consecuencias positivas que pueden derivarse de la divulgación de información sobre Capital Intelectual (1: nada importante, 5: muy importante)

	1	2	3	4	5
Reduce la asimetría informativa	○	○	○	○	○
Reduce el coste de capital	○	○	○	○	○
Reduce el riesgo de la inversión	○	○	○	○	○
Mejora la credibilidad e imagen de la Universidad	○	○	○	○	○
Ayuda a inspirar confianza entre los trabajadores de la Universidad y otros grupos de interés	○	○	○	○	○
Los empleados conocerán los esfuerzos en formación	○	○	○	○	○
Mejora la gestión interna	○	○	○	○	○
Beneficios en términos estratégicos	○	○	○	○	○
Ayuda a la visión a largo plazo de la institución	○	○	○	○	○
Aumenta la transparencia	○	○	○	○	○
Aumenta la comparabilidad entre las instituciones universitarias	○	○	○	○	○
Favorece la rendición pública de cuentas	○	○	○	○	○
Aumenta la reputación de la Universidad	○	○	○	○	○
Aumenta la satisfacción de los usuarios	○	○	○	○	○

Enviar Limpiar

Fuente: Elaboración propia.