



GT-MSOS. Retorno, medición y memorias de sostenibilidad.

RETORNO, MEDICIÓN Y MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD

Josep María Salas Puig
Colegio de Economistas de Cataluña



CONAMA 9

Congreso Nacional de Medio Ambiente

Grupo de Trabajo MSOS

Medición, retorno y

Memorias de Sostenibilidad

Coordina Col·legi d'Economistes de Catalunya



CONAMA 9


Congreso Nacional de Medio Ambiente

Grupo de Trabajo MSOS

Medición, retorno y

Memorias de Sostenibilidad

Coordina Col.legi d'Economistes de Catalunya



4) *Intangibles: Definición y medición de intangibles en las políticas de RSC.*



4) *Intangibles: Definición y medición de intangibles en las políticas de RSC.*



4) *Intangibles: Definición y medición de intangibles en las políticas de RSC.*

1. Los recursos intangibles y el problema de su medición
2. Agrupaciones de intangibles
3. Clasificación de Activos Intangibles en la RSC
4. Valoración *versus* evaluación: rentas ricardianas y schumpeterianas
5. Estrategias de valoración de intangibles
6. Medición y representación por medio de indicadores
7. Medición y representación por medio de indicadores, en las Memorias de Sostenibilidad
8. Opciones y ejemplos
9. Inversiones en activos intangibles

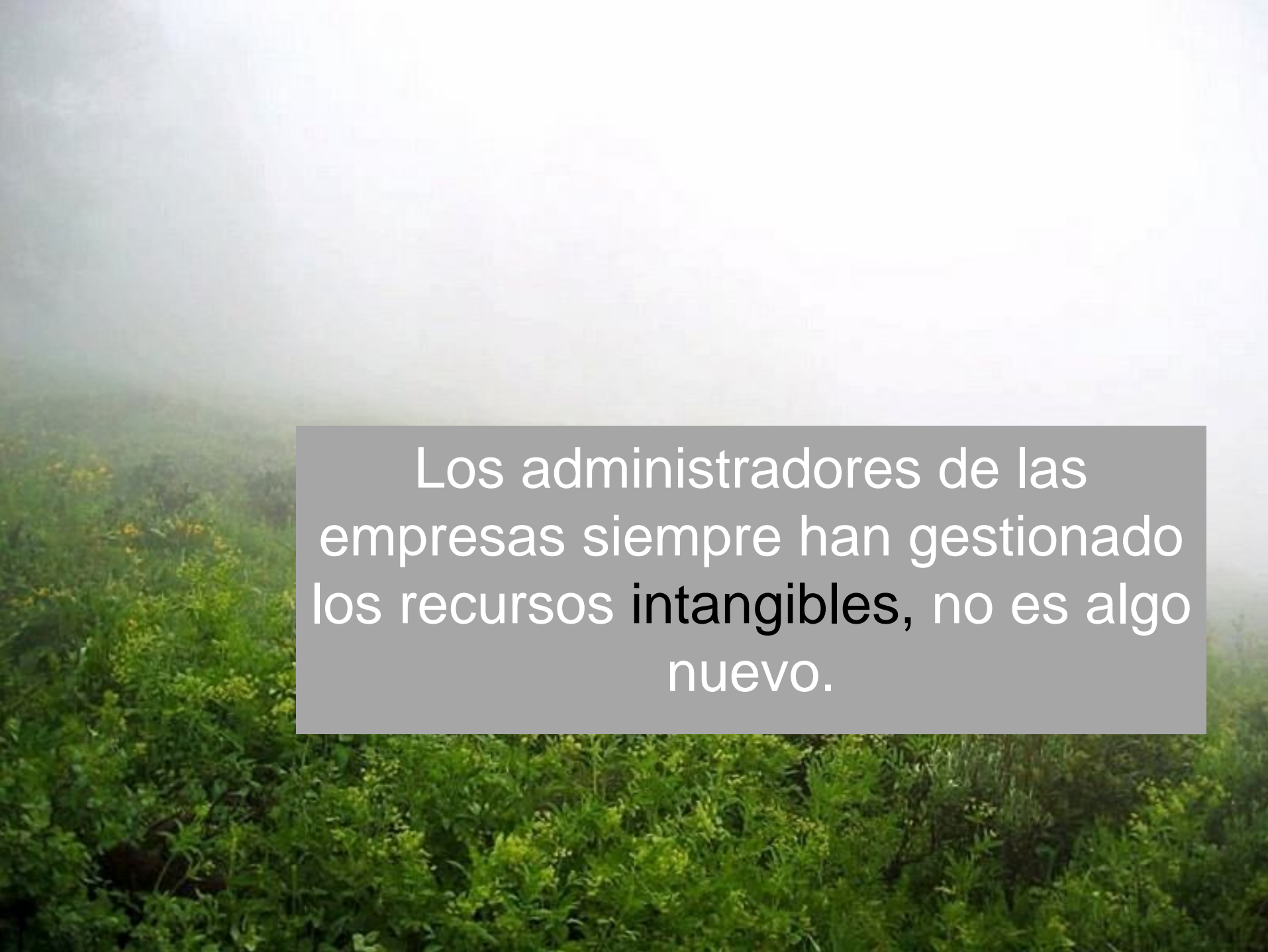


1. Los recursos intangibles y el problema de su **medición**
2. Agrupaciones de intangibles
3. **Clasificación** de Activos Intangibles en la RSC
4. Valoración *versus* **evaluación**: rentas ricardianas y schumpeterianas
5. Estrategias de valoración de intangibles
6. Medición y **representación** por medio de indicadores
7. Medición y representación por medio de **indicadores**, en las Memorias de Sostenibilidad
8. Opciones y ejemplos
9. **Inversiones** en activos intangibles

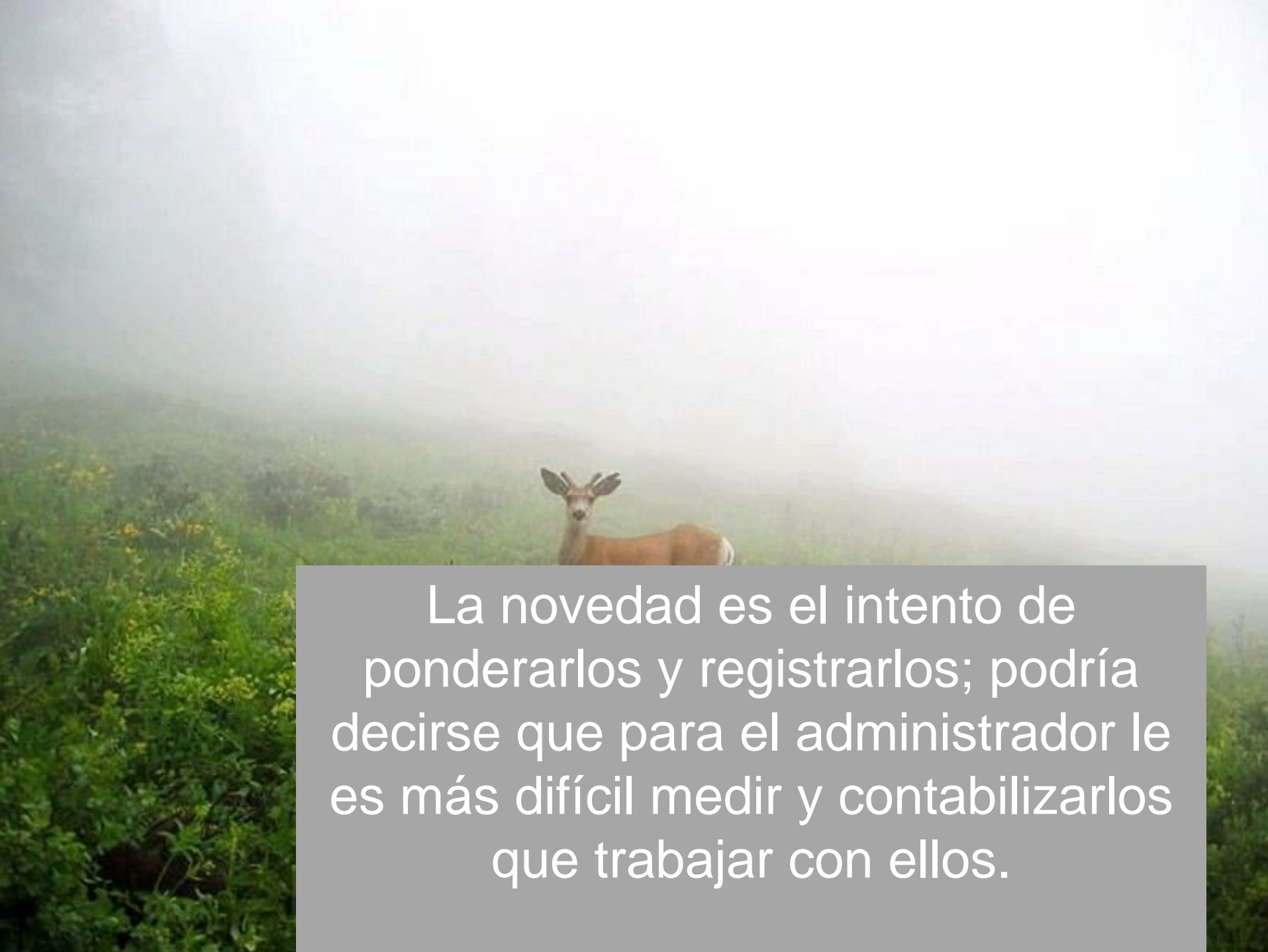




4) Intangibles: ***Definición*** y medición de intangibles en las políticas de RSC.



Los administradores de las empresas siempre han gestionado los recursos **intangibles**, no es algo nuevo.

A photograph of a deer standing in a field of green vegetation, with a thick layer of fog or mist in the background. The deer is positioned in the center of the frame, looking towards the camera. The fog is dense and white, obscuring the background and creating a soft, ethereal atmosphere. The foreground shows some green plants and grass.

La novedad es el intento de ponderarlos y registrarlos; podría decirse que para el administrador le es más difícil medir y contabilizarlos que trabajar con ellos.

Los intangibles de existir, existen





Los intangibles de existir, existen

En la actualidad un creciente porcentaje de la actividad económica consiste en intercambio de ideas, información, experiencias y servicios. Financieramente...

... únicamente se intuyen



A large, leafless tree stands in a misty, blue-toned landscape. The tree is the central focus, with its intricate branches reaching out against the hazy background. The overall atmosphere is serene and somewhat somber due to the monochromatic color palette.

...únicamente se intuyen

La rentabilidad de la empresa, cada vez más, se ve impulsada por los intangibles. Sus activos sustituyen los clásicos tangibles para contribuir al beneficio y a la protección de una existencia sostenible.

¿COMO SON?



¿COMO SON?


Los intangibles se caracterizan por:

- No ser tangibles.
- Ser activos que se sustentan en información.
- Esta información no es siempre codificable.
- Los derechos de propiedad de estos recursos no siempre están bien definidos.


¿COMO SON?

Los intangibles se caracterizan por:

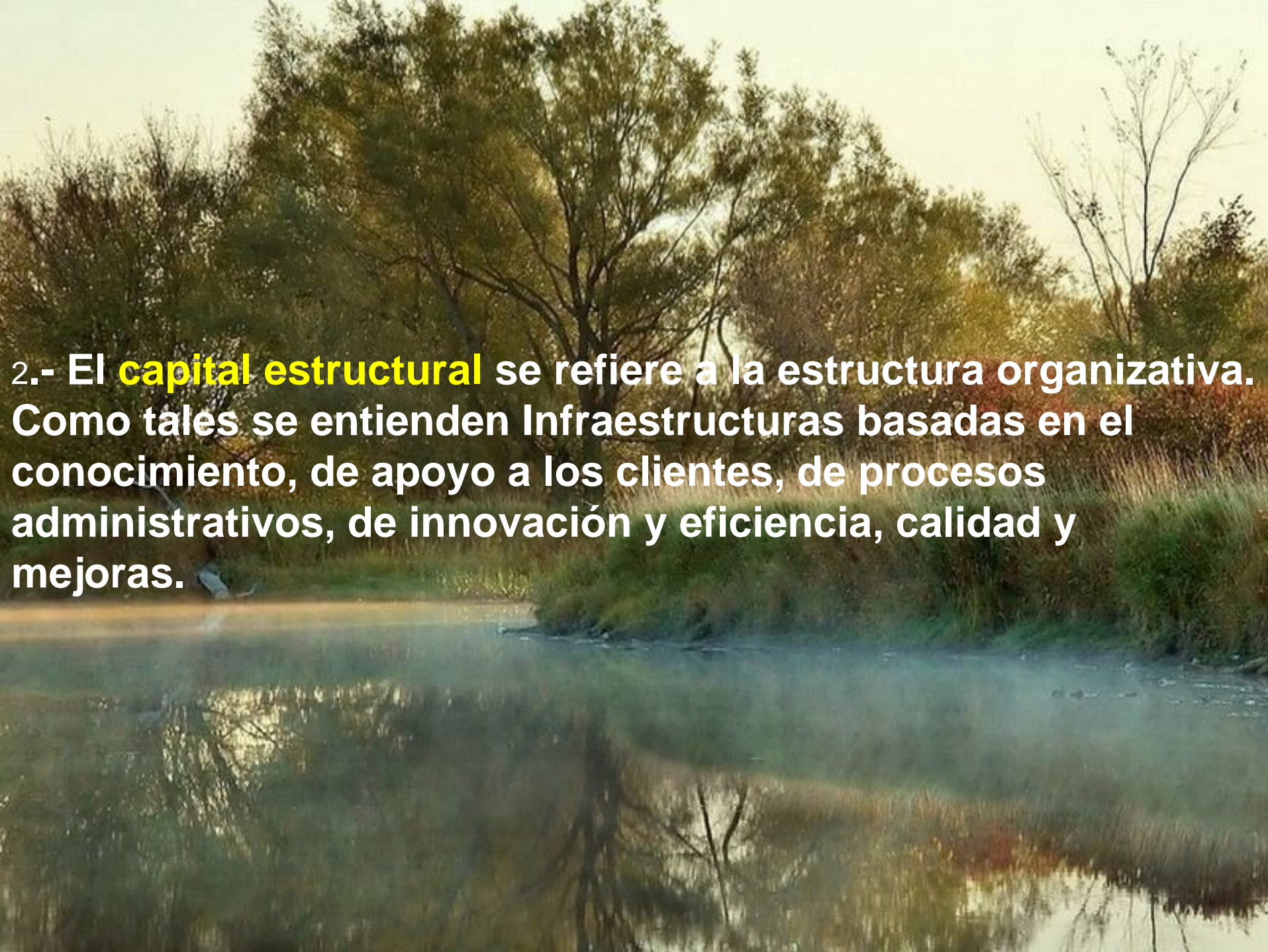
- No ser tangibles.
- Ser activos que se sustentan en información.
- Esta información no es siempre codificable.
- Los derechos de propiedad de estos recursos no siempre están bien definidos.



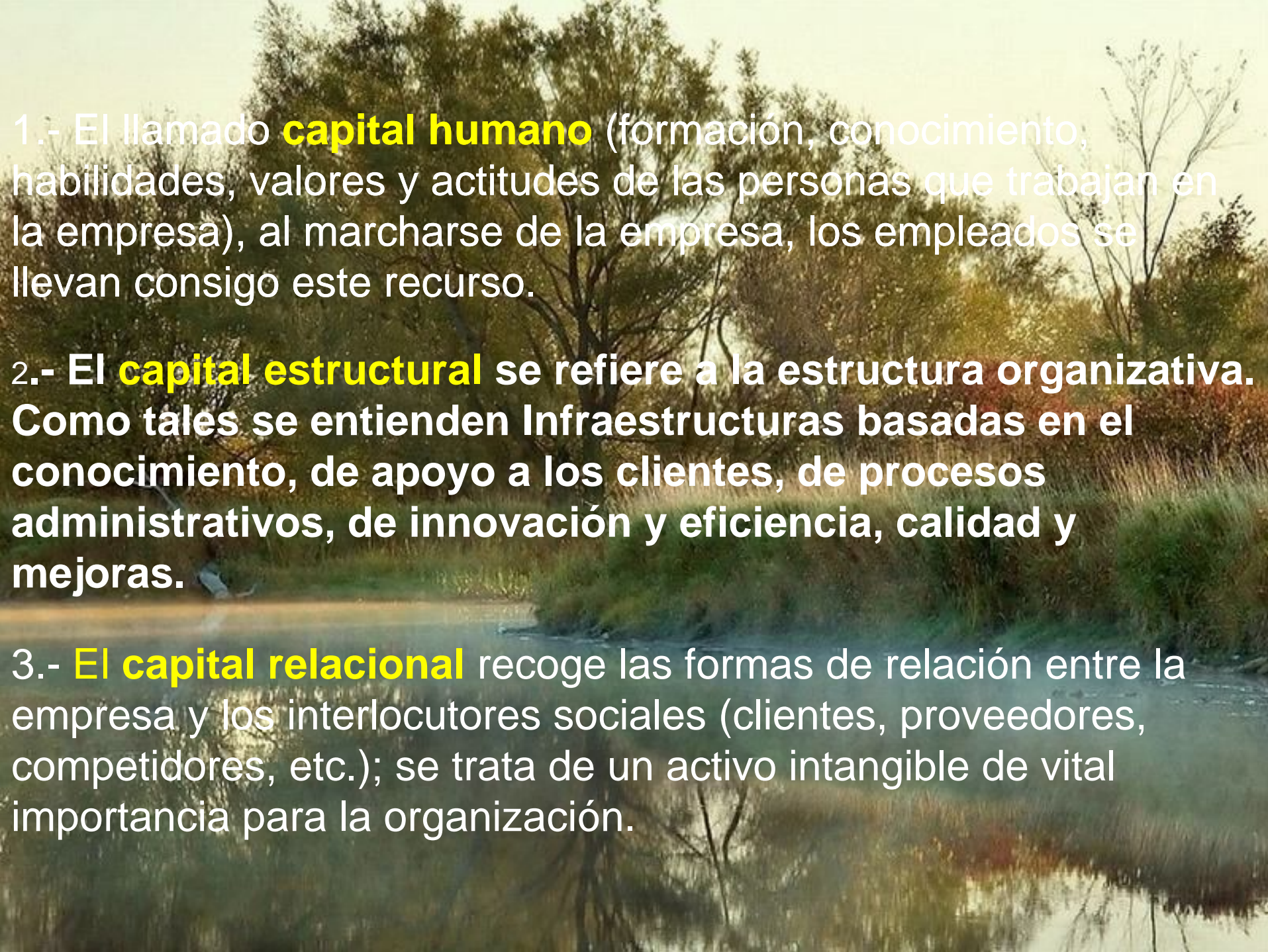
1.- El llamado **capital humano** (formación, conocimiento, habilidades, valores y actitudes de las personas que trabajan en la empresa), al marcharse de la empresa, los empleados se llevan consigo este recurso.



2.- El **capital estructural** se refiere a la estructura organizativa. Como tales se entienden Infraestructuras basadas en el conocimiento, de apoyo a los clientes, de procesos administrativos, de innovación y eficiencia, calidad y mejoras.



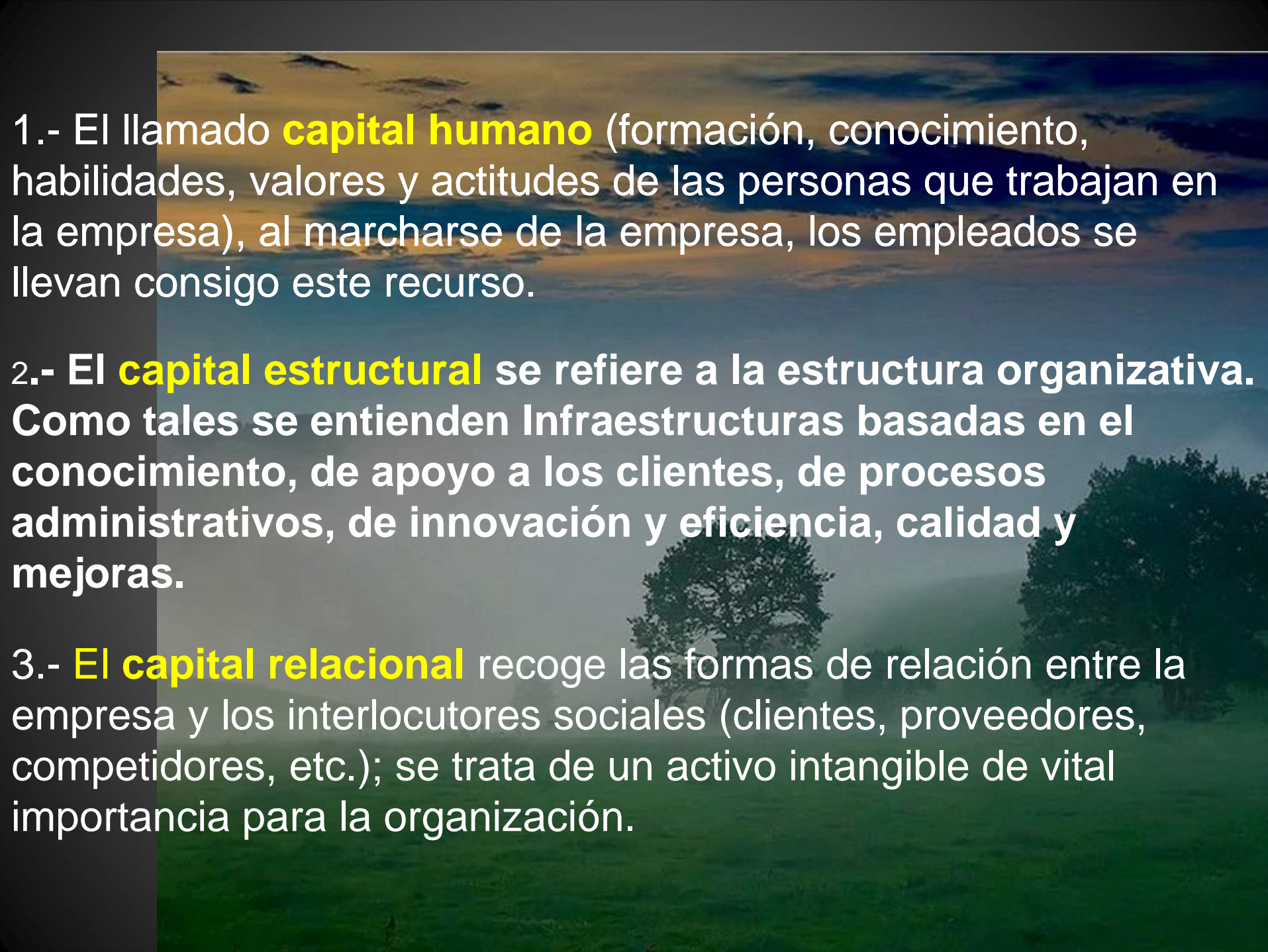
2.- El **capital estructural** se refiere a la estructura organizativa. Como tales se entienden Infraestructuras basadas en el conocimiento, de apoyo a los clientes, de procesos administrativos, de innovación y eficiencia, calidad y mejoras.



1.- El llamado **capital humano** (formación, conocimiento, habilidades, valores y actitudes de las personas que trabajan en la empresa), al marcharse de la empresa, los empleados se llevan consigo este recurso.

2.- El **capital estructural** se refiere a la estructura organizativa. Como tales se entienden Infraestructuras basadas en el conocimiento, de apoyo a los clientes, de procesos administrativos, de innovación y eficiencia, calidad y mejoras.

3.- El **capital relacional** recoge las formas de relación entre la empresa y los interlocutores sociales (clientes, proveedores, competidores, etc.); se trata de un activo intangible de vital importancia para la organización.



1.- El llamado **capital humano** (formación, conocimiento, habilidades, valores y actitudes de las personas que trabajan en la empresa), al marcharse de la empresa, los empleados se llevan consigo este recurso.

2.- El **capital estructural** se refiere a la estructura organizativa. Como tales se entienden Infraestructuras basadas en el conocimiento, de apoyo a los clientes, de procesos administrativos, de innovación y eficiencia, calidad y mejoras.

3.- El **capital relacional** recoge las formas de relación entre la empresa y los interlocutores sociales (clientes, proveedores, competidores, etc.); se trata de un activo intangible de vital importancia para la organización.



La NIC 38



La NIC 38



Requiere que la empresa reconozca un activo intangible (a su valor de costo) solamente cuando:

- 1.- Sea probable que los beneficios económicos futuros fluirán a la empresa; y
- 2.- El costo del activo pueda ser medido confiablemente.

La NIC 38

Requiere que la empresa reconozca un activo intangible (a su valor de costo) solamente cuando:

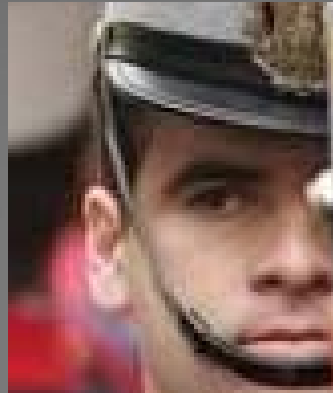
- 1.- Sea probable que los beneficios económicos futuros fluirán a la empresa; y
- 2.- El costo del activo pueda ser medido confiablemente.

- 1.- Sea probable que los beneficios económicos futuros fluirán a la empresa



- 2.- El costo del activo pueda ser medido confiablemente.

Intangible tanto la mirada ...



... como su contexto: ...

Intangible tanto la mirada



... como su contexto:



Intangible tanto la mirada

... como su contexto: **la RSC**



las actuaciones en RSE no resultan ajenas a la gestión de intangibles. Todo lo contrario
la RSE:

Incorpora intangibles en las toma de decisiones de la política de RSE.

Induce a la modificación de valores intangibles perceptibles en la planificación y desempeño de la gestión empresarial.



Las actuaciones en RSE no resultan ajenas a la gestión de intangibles.

la RSE:

1. Incorpora **intangibles** en la toma de decisiones de la política de RSE.
2. Induce a la modificación de valores intangibles perceptibles en la planificación y desempeño de la gestión empresarial.



Los activos intangibles son valiosos

- son considerados valiosos por la posibilidad de que generen excedentes de margen, esto es, por ser fuente de rentas
- schumpeterianas i ricardianas

Valoración intangibles



- ***Método de capital intelectual (CI)***
Los intangibles se identifican y valoran individualmente
- ***Método de capitalización de mercado (MCM)***
- ***Método de rendimientos de activos (ROA)***
- ***Método del cuadro de mando (CM)***

- ***Método de capital intelectual (CI)***

Los intangibles se identifican y valoran individualmente

- ***Método de capitalización de mercado (MCM)***

- diferencia entre el valor reconocido por el mercado y el valor contable.

- ***Método de rendimientos de activos (ROA)***

- ***Método del cuadro de mando (CM)***

- **Método de capital intelectual (CI)**

Los intangibles se identifican y valoran individualmente

- **Método de capitalización de mercado (MCM)**

- diferencia entre el valor reconocido por el mercado y el valor contable.

- **Método de rendimientos de activos (ROA)**

- **Método del cuadro de mando (CM)**

- **Método de capital intelectual (CI)**

Los intangibles se identifican y valoran individualmente

- **Método de capitalización de mercado (MCM)**

- diferencia entre el valor reconocido por el mercado y el valor contable.

- **Método de rendimientos de activos (ROA)**

- **Método del cuadro de mando (CM)**

Valoración intangibles

- **Método de capital intelectual (CI)**

Los intangibles se identifican y valoran individualmente

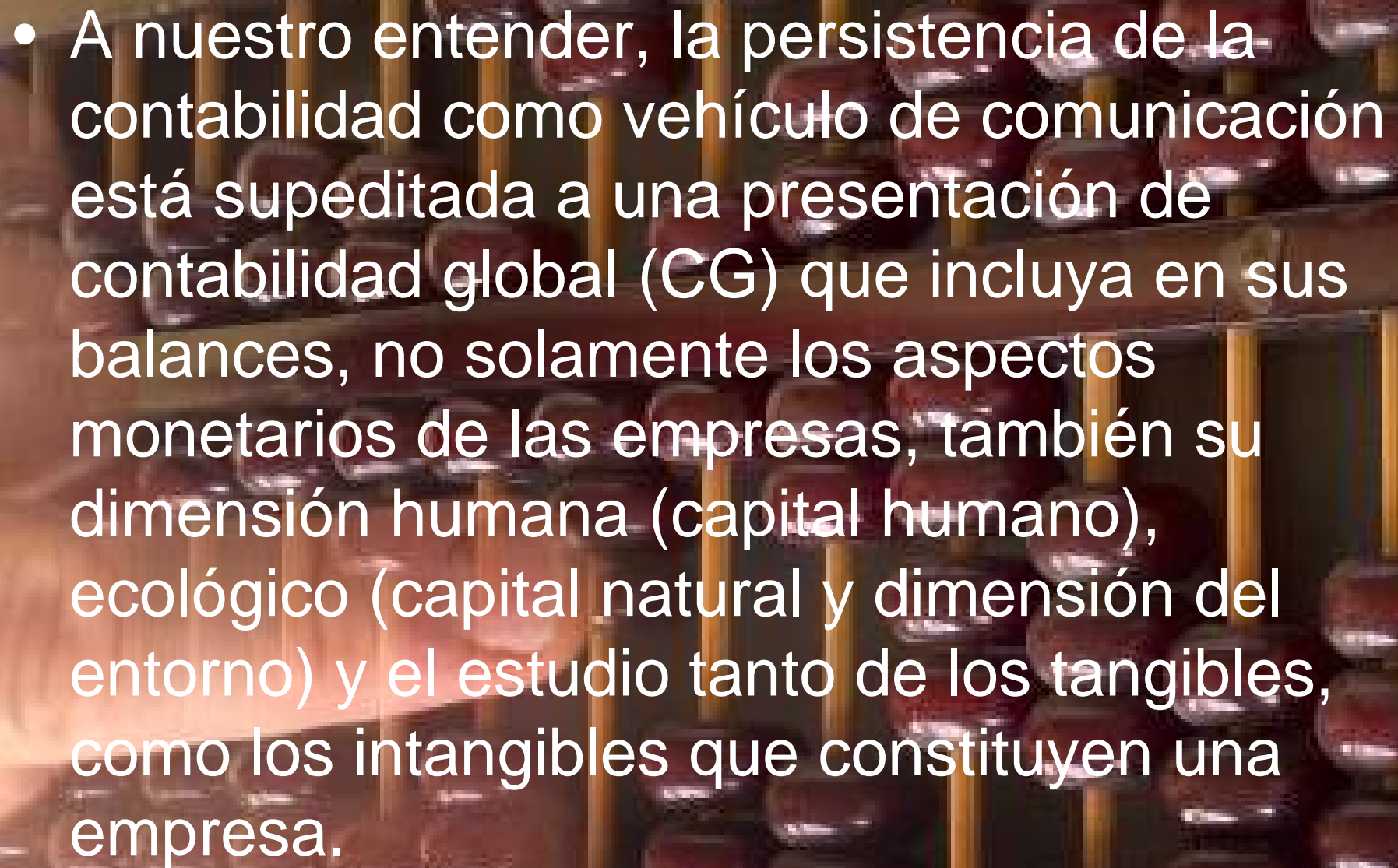
- **Método de capitalización de mercado (MCM)**

diferencia entre el valor reconocido por el mercado y el valor contable.

- **Método de rendimientos de activos (ROA)**

- **Método del cuadro de mando (CM)**

con el soporte de indicadores, se identifican, clasifican, se miden y representan. No se valoran

- 
- A nuestro entender, la persistencia de la contabilidad como vehículo de comunicación está supeditada a una presentación de contabilidad global (CG) que incluya en sus balances, no solamente los aspectos monetarios de las empresas, también su dimensión humana (capital humano), ecológico (capital natural y dimensión del entorno) y el estudio tanto de los tangibles, como los intangibles que constituyen una empresa.

- Tiene como objetivo básico aportar datos relevantes sobre flujos de materiales y energéticos internos que permitan **identificar los elementos fundamentales** para asegurar la sostenibilidad ambiental de la empresa. A destacar la *imagen corporativa*.



A destacar la *imagen corporativa*

REPUTATION

*A reputation that took decades to build
can be threatened by a single event.*

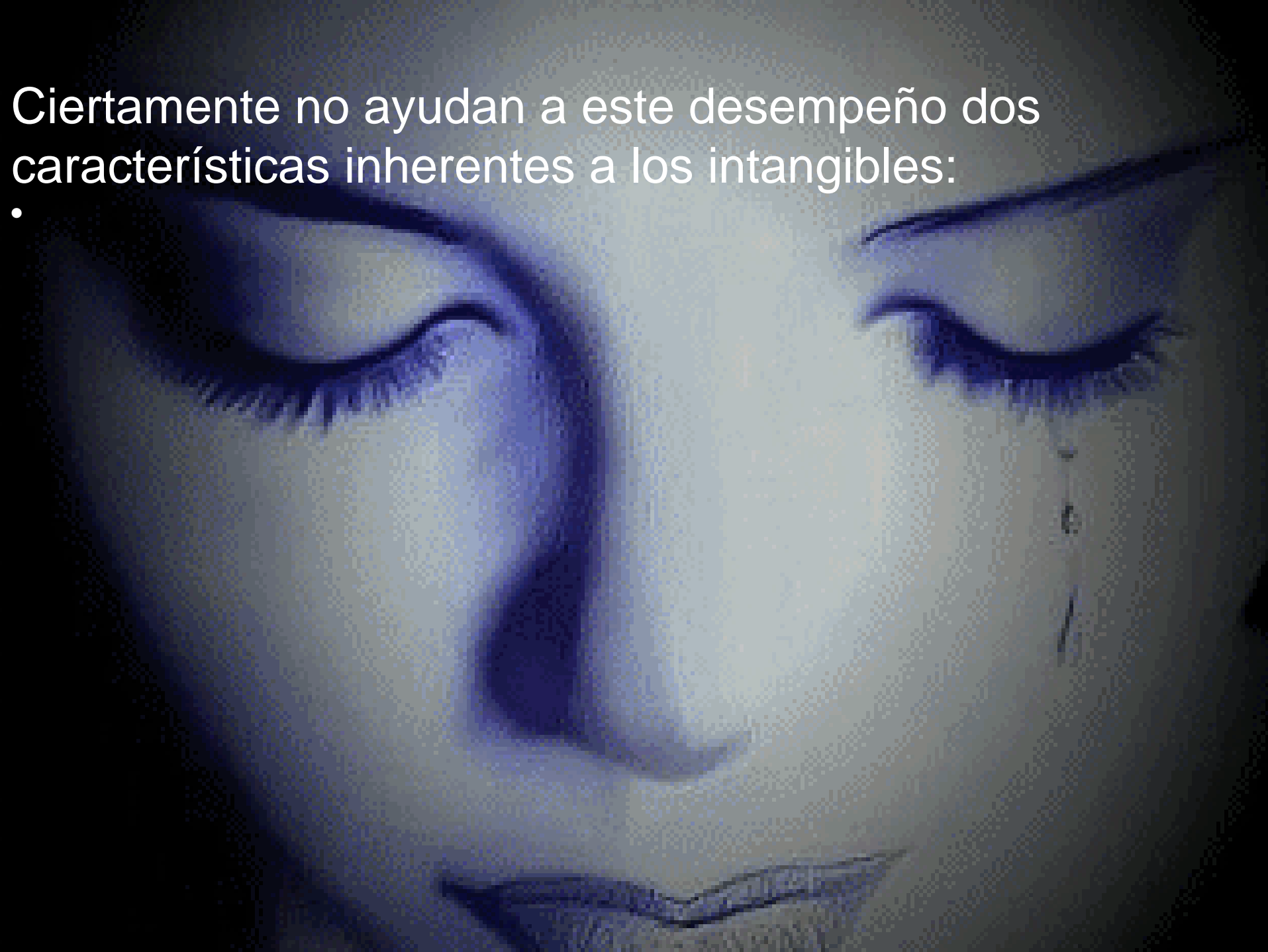
A destacar la *imagen corporativa*

REPUTATION

*A reputation that took decades to build
can be threatened by a single event.*

Ciertamente no ayudan a este desempeño dos características inherentes a los intangibles:

-




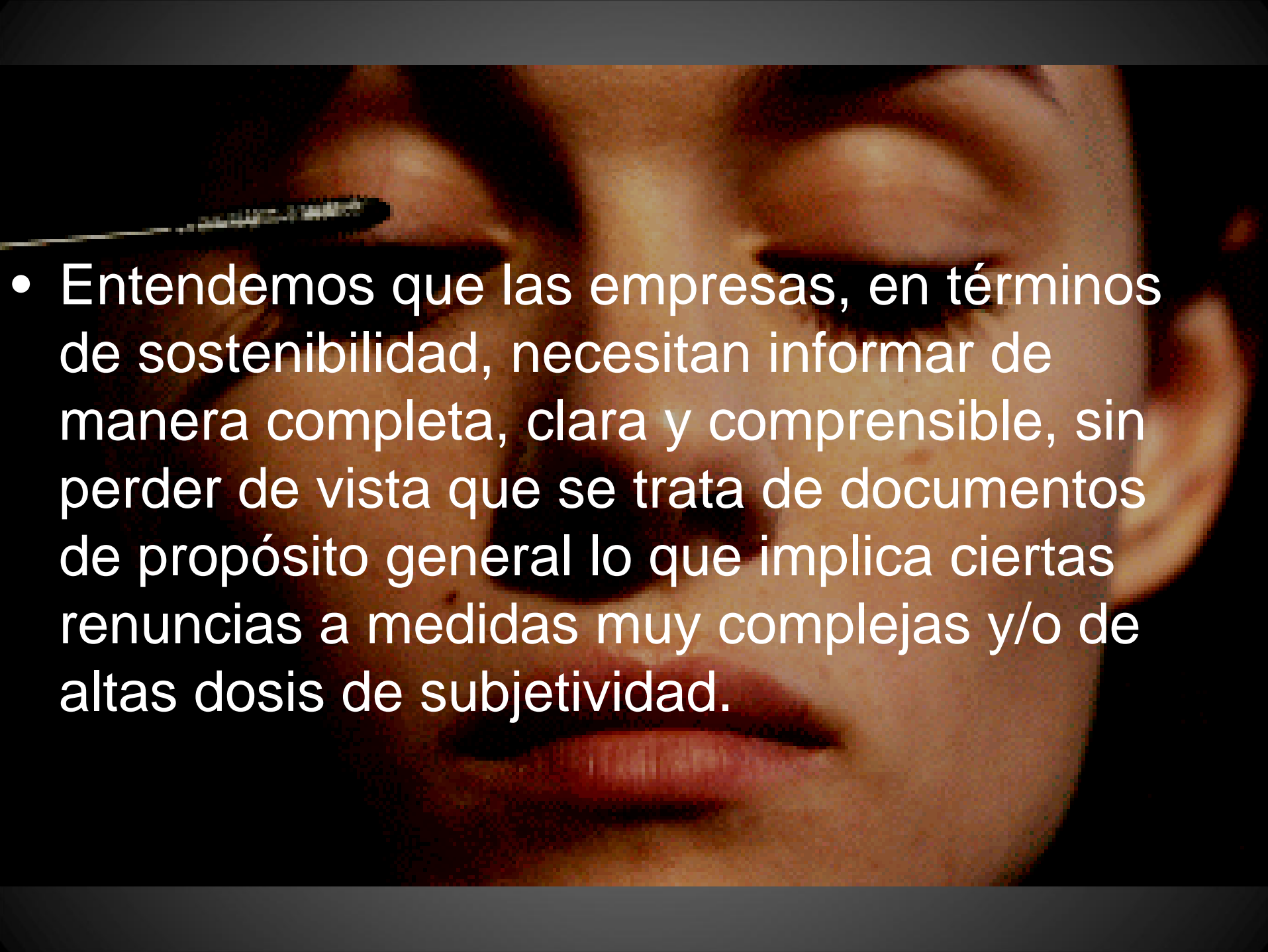
Ciertamente no ayudan a este desempeño dos características inherentes a los intangibles:

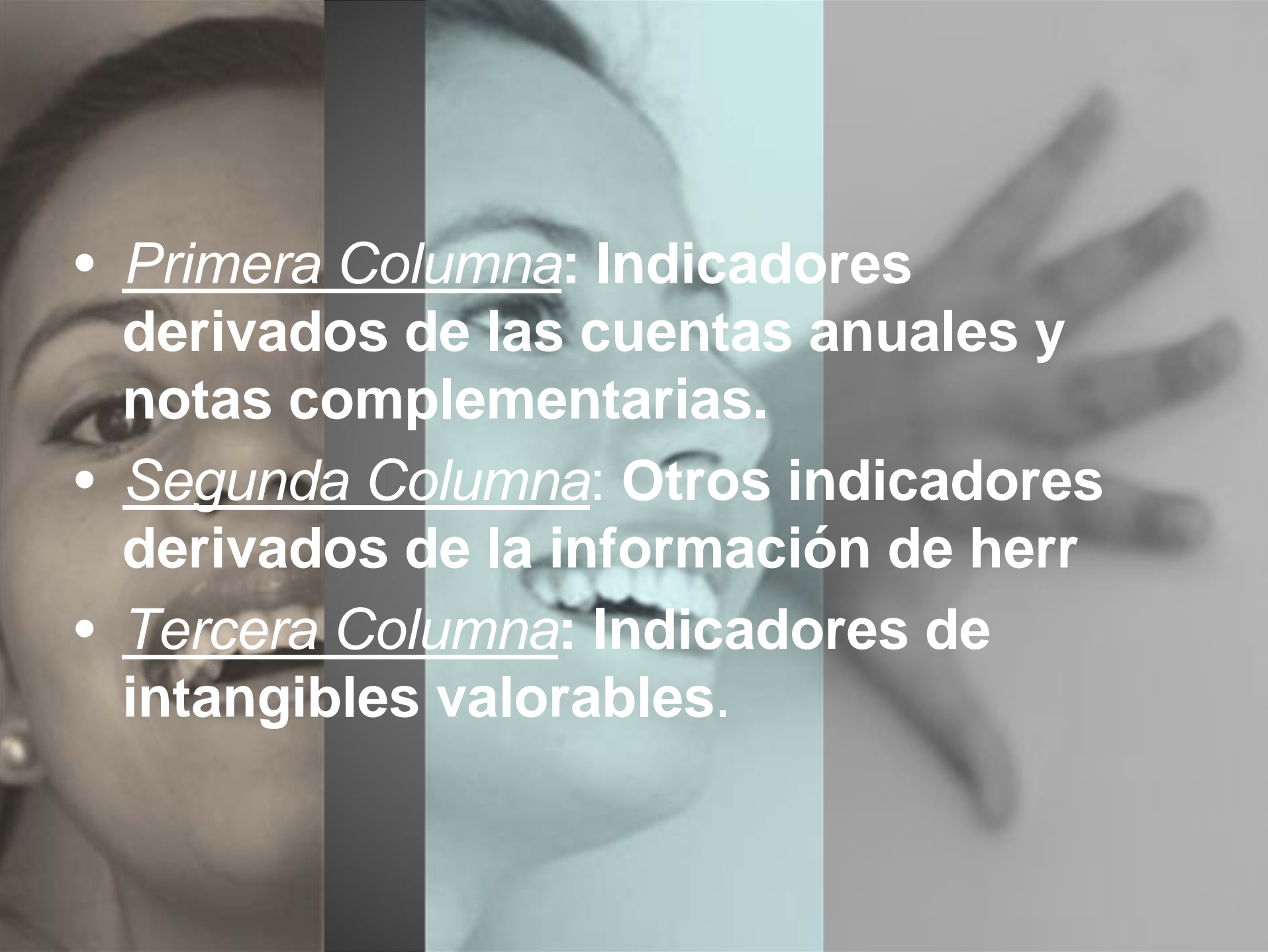
- Su valor se crea o se destruye sin que haya de por medio ninguna transacción.

- El mayor valor de los intangibles no es objeto de reparto.

La reputación no se reparte pero sí los beneficios derivados del aumento de la reputación.

- 
- Algunos de los muchos indicadores intangibles y/o externalidades están incluidos en las partidas contables, junto con los tangibles, no especificados, y por tanto de difícil identificación.
 - Su reconocimiento facilitaría mucho la identificación de políticas de RSE, al propio tiempo que ayudaría a la medición y su retorno a la empresa.

- 
- A close-up photograph of a person's face, focusing on the eyes and mouth. The person has dark hair and is wearing dark eye makeup. The background is dark and out of focus. The text is overlaid on the left side of the image.
- Entendemos que las empresas, en términos de sostenibilidad, necesitan informar de manera completa, clara y comprensible, sin perder de vista que se trata de documentos de propósito general lo que implica ciertas renunciaciones a medidas muy complejas y/o de altas dosis de subjetividad.

- 
- Primera Columna: Indicadores derivados de las cuentas anuales y notas complementarias.
 - Segunda Columna: Otros indicadores derivados de la información de herr
 - Tercera Columna: Indicadores de intangibles valorables.



Indicadores de intangibles valorables

- *EC1.00* Cifra de ventas por zonas geográficas (países, comunidades)
- *EC1.01* Cifra de ventas por líneas de negocio
- *EC1.02* Cifra de ventas por productos según su calificación ambiental
- *EC1.04* Importes satisfechos por la empresa en concepto de recogida y manipulación de los residuos generados por los productos de la empresa al final de su vida útil



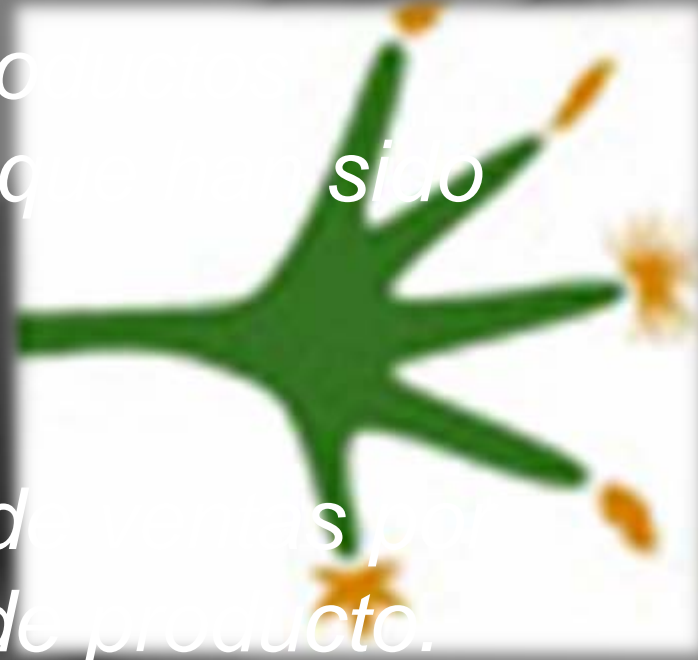
- ***EC1.07*** *Importe de la venta de Derechos de Emisión de CO2.*
- ***EC1.09*** *Cifra de ventas a grupos sociales no atractivos económicamente.*
- ***EC1.10*** *Importes satisfechos por garantías de productos y servicios prestados.*

Derivados de intangibles que se pueden medir (columna)

- **EC 1.13** *Porcentaje de productos fabricados por la empresa que han sido reciclados.*
-
- **EC1.14** *Detalle de la cifra de ventas por cuota de mercado y línea de producto.*
Supone la evaluación de la “fuerza” que la empresa puede efectuar en la introducción de pautas más sostenibles en su mercado.

Derivados de intangibles que se pueden medir (segunda columna)

- **EC 1.13** *Porcentaje de productos fabricados por la empresa que son reciclados.*
- **EC1.14** *Detalle de la cifra de ventas, cuota de mercado y línea de producto.*
Supone la evaluación de la “fuerza” que la empresa puede efectuar en la introducción de pautas más sostenibles en su mercado.



Derivados de intangibles que se puedan valorar (3
columna)

- Los **activos intangibles** constituyan una fuente importante de ventajas competitivas para la empresa, porque se trata de activos valiosos, escasos, poco imitables por terceros y difícilmente transmisibles en el mercado





- En otras palabras, los activos intangibles pueden ser utilizados por más de un departamento, línea o sociedad de la empresa sin costo adicional. Son susceptibles de uso sin merma de su valor por parte de la empresa que los ha acumulado.
- Pueden ser utilizados en múltiples actividades al mismo tiempo.



- Son activos poco transparentes y sus costes de imitación pueden ser elevados.
- Su adquisición en un mercado organizado es muy compleja.
- Su transferencia se ve reducida por el elevado grado de co-especialización con otros recursos de la empresa.
- Generan importantes externalidades y sinergias,

Criterios de valoración

- *Costo histórico.*
- *Costos actuales o de reposición.*
- *Valoración basada en la posición en el mercado.*
- *Proyecciones de rentabilidad futura.*



- Identificar para **describir**, **evaluar** i **valorar** serian los tiempos de la secuencia lógica de la incorporación de elementos intangibles en los modelos de cuentas anuales y registros económico financieros de la empresa

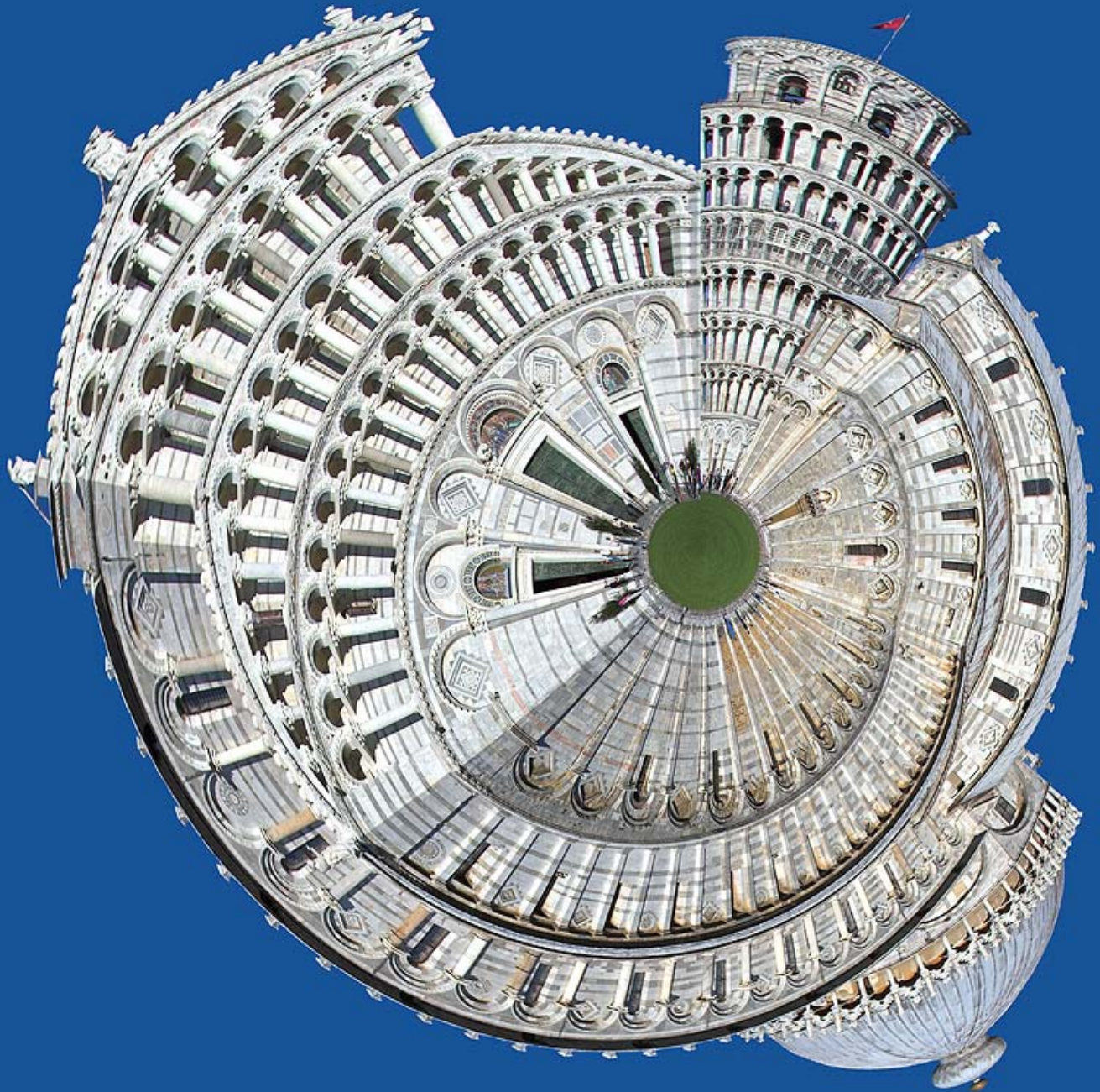


- **Utilizar** los canales de registro y difusión de datos económico-financieros para la difusión de mayores dosis de información en los estados citados y el acompañamiento de informaciones cualitativas que complementen la visión que proporcionan cuentas anuales y memorias de sostenibilidad.

Conclusiones a debate

Nuestro agradecimiento a todos los miembros del grupo que nos han permitido caminar hasta...







A todos ustedes gracias por su paciencia compartiendo esta visión y, si me lo permiten...

**UN GUIÑO PARA EL
COLOQUIO**



