

**ACTIVOS INTANGIBLES VISIBLES
COMO VALOR AGREGADO
EN LAS FIRMAS DE AUDITORÍA**

Resumen

El presente artículo expone la importancia de los activos intangibles visibles como valor agregado en las firmas de auditoría. Este estudio se conceptualiza desde la teoría del control y aseguramiento contable. La literatura muestra que para este tipo de investigación, la metodología que más se ajusta es un estudio documental, desarrollado desde las siguientes etapas: un análisis de los activos intangibles visibles de una organización y su valoración a través de una matriz de riesgos, así mismo se analiza el impacto de los activos intangibles visibles como valor agregado de las firmas de auditoría. El resultado de la investigación pone en evidencia la importancia de los activos intangibles visibles tales como marcas, clientela, fidelidad, pericia colectiva o capital intelectual, en las firmas de auditoría, cuyo compromiso con sus clientes y con la sociedad, necesita que el capital humano encargado, garantice la calidad del encargo y de los respectivos resultados.

Palabras clave: Activos intangibles, valor agregado, gestión del conocimiento, capital intelectual, firmas de auditoría.

**INTANGIBLE ASSETS VISIBLE AS VALUE
ADDED IN AUDIT FIRMS**

Abstract

This article expounds the importance about the visible intangible assets as added value in audit firms. This study is conceptualized from the control's theory and accounting assurance. For these kind of investigation, the methodology that best fits is a documentary study, developed from the following stages: to analyze the visible intangible assets of a organization and their assess thorough a risk matrix, however the impact of visible intangible assets as added value is analyzed in the audit firms. The investigation's results reveal the importance of visible intangible assets such as trademarks, customers, fidelity, collective expertise or intellectual capital, in the audit firms, whose commitment with their customers and the society needs that the human capital garantizes the quality of the work and their corresponding results.

Key words: Intangible assets, value added, knowledge management, intellectual capital, Audit firms.

LUDIVIA HERNÁNDEZ AROS

Magister en Auditoría y Gestión Empresarial de la Universidad UNINI - Puerto Rico, Especialista en Revisoría Fiscal y Control de Gestión de la Universidad cooperativa de Colombia, Docente investigadora dela facultad de Contaduría pública de la Universidad Cooperativa de Colombia, sede Ibagué, Colombia, grupo de investigación PLANAUDI. Correo electrónico ludivia.hernandez@campusucc.edu.co.

LEIDY JOHANA ECHEVERRI

Estudiante de decimo semestre pregrado, programa contaduría pública Universidad cooperativa de Colombia sede Ibagué. Correo electrónico leidy.echeverryj@campusucc.edu.co.

XIMENA ANDREA DUARTE

Estudiante de decimo semestre pregrado, programa contaduría pública Universidad cooperativa de Colombia sede Ibagué. Correo electrónico ximena.duarte@campusucc.edu.co.

Recibido: 04 de abril de 2016. *Aceptado:* 13 de mayo de 2016.

DOI: <http://dx.doi.org/10.21017/Pen.Repub.2016.n5.a9>

Activos intangibles visibles como valor agregado en las firmas de auditoría

Marco teórico

A medida que cambian los tiempos, se hace necesario para las organizaciones adoptar nuevas medidas, estrategias que brinden mayor competitividad en el medio; hoy en día muchas empresas han incrementado una nueva gestión empresarial denominada gestión del conocimiento, la cual permite a la organización, generar nuevos activos, los cuales permiten la acumulación de capital intelectual, estos son los llamados activos intangibles; el decreto 2420 de diciembre de 2015, contempla los activos intangibles, los cuales hacen parte del estado de situación financiera en los activos de la compañía.

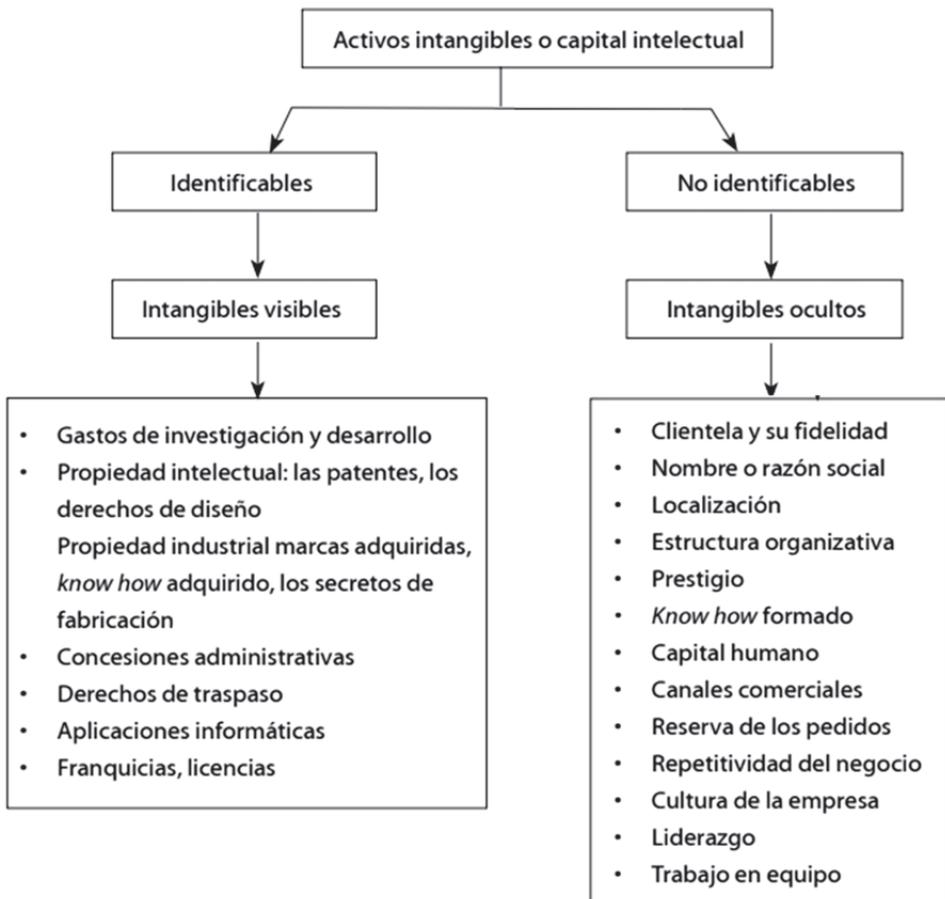
Cuando se habla de activos intangibles, generalmente se refiere a los activos que carecen de materialidad, es decir son no tangibles, pero a medida que pasa el tiempo y se hace necesaria la globalización, se han popularizado términos como responsabilidad corporativa, gestión del conocimiento, capital intelectual, términos que también se catalogan como intangibles; algunos autores definen estos activos como «activos que posibilitan la generación del conocimiento y, por tanto, de valor» (Nevado, 2010, p. 3), es decir que a pesar de ser inicialmente señalados como activos de poca importancia para la organización o en algunas ocasiones como gastos, pueden llegar a ser hoy día, el mayor recurso que posea la empresa.

Según indica la NIC 38 (2012), se entiende como activo intangible todo aquel identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física, que se posee para ser utilizado en la producción o suministro de bienes y servicios, para ser arrendado a terceros o para funciones relacionadas con la administración de la entidad; por otro lado, Según Marino (2006) «la gestión empresarial actual considera los activos intangibles necesarios para los quehaceres organizacionales; siendo estos el resultado de la incorporación de la información y el conocimiento a las distintas actividades productivas de la empresa» (p. 3).

Los recursos aportados por el capital humano de la organización, son considerados como activos intangibles entre los cuales está la experiencia, el

conocimiento, la motivación, el compromiso con la misma y la sabiduría de las personas involucradas con la empresa, lo cual genera ventajas competitivas, la fidelización de los clientes, buena reputación, reconocimiento de la marca, entre otros aspectos. Cada uno de ellos se debe valorar como un activo intangible, aprender a medir su valor real, ya que esto permite una nueva gestión organizacional; muchas empresas se fijan únicamente en el capital humano y dejan de lado el conocimiento, capital intelectual que posee dicho recurso humano.

En la figura 1 se evidencia la relación existente entre los activos intangibles visibles, con el capital intelectual, muchas veces oculto en las organizaciones.



Fuente: Stella (2012).

Figura 1. Activos intangibles o capital intelectual.

Reconocimiento del activo intangible en la Norma Internacional

La norma internacional establece que para reconocer un activo como intangible, este debe ser identificable, de carácter no monetario y no tener apariencia física (NIC 38, 2005, párr. 9). Adicional a ello, debe cumplir con ciertas características: que se pueda identificar, que se pueda controlar, que le pueda generar, en futuro, beneficios económicos a la empresa y que se pueda medir confiablemente. (NIC 38, 2005, párr. 10 y 21).

Muchas veces se distorsiona el significado de los activos intangibles, ya que la mayoría de las veces se relaciona a la marca o a las inversiones, dejando de lado la cantidad de recursos ocultos que generan valor a una organización; según Nevado & López (2010) «la gestión en intangibles que posibilita la mejora en perspectivas como los recursos humanos, los procesos internos, clientes o métodos de comunicación e innovación empresarial por los que se apuesta» (p. 7), así mismo, hacen referencia a la combinación de activos inmateriales como motor estratégico de la empresa, definiéndolos como capital intelectual y dividiéndolos en cuatro categorías. Tabla 1.

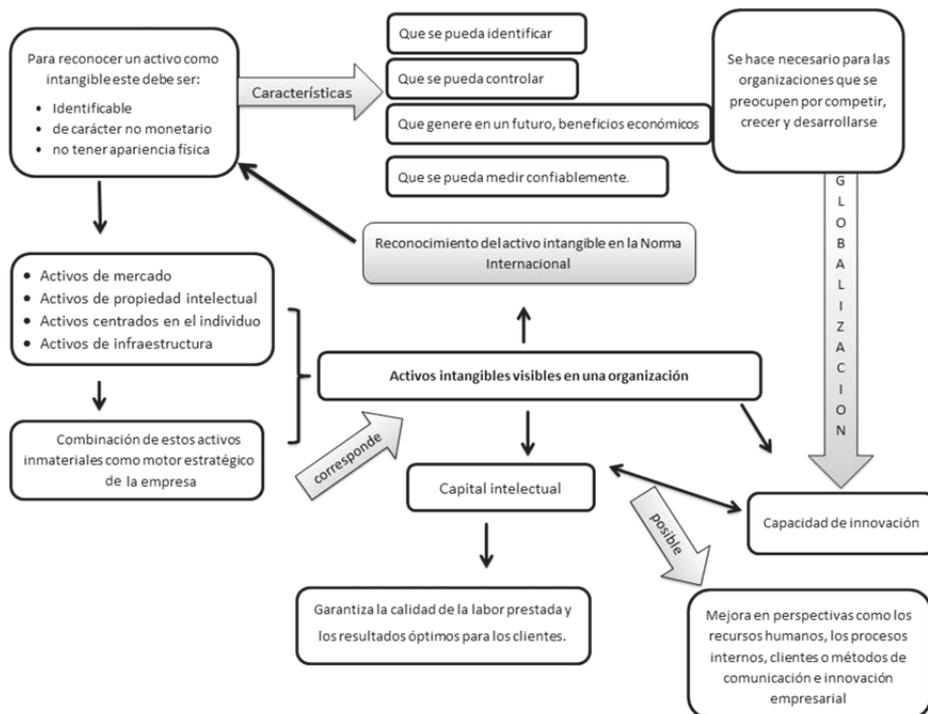
Tabla 1. Tipos de Activos Intangibles.

Tipo de activos	Categoría	Valuación NIC 38
Activos de mercado	Marcas, clientela, fidelidad, etc.	Generan ingresos a través de la comercialización de los mismos efectuada a través de las respectivas licencias y mejoran la imagen de la Empresa.
Activos de propiedad intelectual	Know-how, copyright, patentes, etc.	Generan mayor atractivo para inversores o instituciones financieras.
Activos centrados en el individuo	Pericia colectiva, capacidad creativa, habilidad, liderazgo, capacidad empresarial y de gestión de los empleados, etc.	Aumentan la competitividad de las empresas en los distintos mercados y mejorar la rentabilidad futura de las empresas.
Activos de infraestructura	Tecnologías, metodologías y procesos que hacen posible el funcionamiento de la organización.	Ayudan a disminuir costos de las empresas.

Fuente: Nevado & López (2010), adaptado y modificado por los autores.

La combinación de estos activos inmateriales, corresponde los activos intangibles visibles en una organización; hoy en día con la globalización e internacionalización, se hace necesario para las organizaciones que se preocupen por innovar, competir, crecer y desarrollarse, ya no dependen únicamente del capital o del talento humano, sino cada vez más de la capacidad de innovación que apliquen, este es un nuevo activo que si se utiliza de la forma adecuada, puede llevar la organización a niveles más altos.

Cuando se hace referencia a los activos intangibles visibles como valor agregado en las firmas de auditoría, esto indica la importancia que tienen hoy en día, organizaciones como esta en la aplicación de activos intangibles, es decir la utilización apropiada del capital intelectual que posee el capital humano de la organización, ya que es este el que garantiza la calidad de la labor prestada y los resultados óptimos para los clientes. Ver figura 2.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 2. Activos intangibles visibles en una organización.

Resultados

Actualmente las organizaciones deben tener en cuenta para su buen funcionamiento, tanto el capital humano, los activos fijos, las materias primas, así como los activos intangibles, los cuales hoy en día, han pasado a ser uno de los mayores recursos de las organizaciones; anteriormente se consideraban activos intangibles, aquellos recursos no tangibles o inmateriales, es decir que no se lograban percibir físicamente, como lo son las marcas, el buen nombre, las patentes o derechos; hoy en día, en lo que se conoce como la sociedad del conocimiento, estos activos se consideran bienes inmateriales, representados en derechos, privilegios o ventajas de competencia que son valiosos en las organizaciones, ya que contribuyen a un aumento en los ingresos o en las utilidades por medio de su buena utilización en el ente económico; estos activos se desarrollan en el curso normal de los negocios.

Plata (2005) expone que el conocimiento, la propiedad intelectual y la propiedad industrial, los denominados bienes intangibles están dotados de unas características especiales, que los convierten en bienes de capital autónomos, indispensables en los procesos de producción y, por tanto, inmersos en las reglas del mercado, susceptibles de apreciarse o depreciarse según las reglas de oferta y demanda y capaces de obtener un mercado propio, con sus especiales condiciones y que necesariamente debe ser regulado y reglamentado, no sólo en el ámbito interno de cada nación sino a escala global, tal y como lo demanda la economía actual, se puede observar entonces la gran importancia del capital intelectual en las organizaciones, su buena administración puede hacer que la empresa alcance niveles superiores.

Ruiz, Font & Lazcano (2015) indican que «el capital intelectual ha estado siempre presente en la historia del hombre; pero, a partir de las dos últimas décadas del siglo XX, este concepto ha cobrado una mayor importancia por la necesidad de explicar la nueva economía»; el capital intelectual, a pesar de ser un activo intangible, que no se puede ver o tomar, es un gran recurso que poseen las organizaciones, ya que su debido tratamiento y correcta utilización puede hacer ganar dinero a la empresa; Edvinsson y Malone (1997) lo definen como «la posesión de conocimiento, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con clientes y destrezas profesionales que dan una ventaja competitiva en el mercado» (p. 50).

Según indica Torres (2014), los activos intangibles «siempre fueron excluidos en la contabilidad (...) porque no se visualizaba su importancia, mas también porque se asumía que el conocimiento estaba incorporado en los bienes físicos (...) luego de la segunda guerra mundial es cuando el mundo científico e investigadores del área económica comienzan a percatarse de la creciente importancia de los activos intangibles, y sobre

todo de que se estaba ignorando una parte muy valiosa de la riqueza de las corporaciones y de los países» (p. 14).

Por otra parte, Tayles (2006) indica que «para conocer la contribución de los activos intangibles a los futuros beneficios de la empresa es necesario encontrar un método fiable para medir el activo intangible, y asimismo desarrollar índices que permitan prever mejor su potencial» (p. 2); es decir, que para proporcionar a la empresa una gestión estratégica, viable, exitosa, se debe definir los activos intangibles presentes en la misma, y utilizarlos de la mejor forma posible.

Al enfocarse específicamente en los activos intangibles de una organización, se puede analizar que son los activos en ocasiones invisibles, pero que poseen y generan valor a la empresa, estos se pueden obtener a partir de procedimientos, procesos, programas, sistemas o incluso de la misma cultura de la organización, así mismo el conocimiento del personal, como la experiencia, es decir todos aquellos aspectos que al utilizarlos y gestionarlos estratégicamente, puede hacer que la empresa tome un nuevo rumbo y mejore sus resultados.

Así mismo, Pérez & Tangarife (2013), indican que «la definición de activo intangible como uno que no tiene existencia física o que no se puede tocar, es simplista e incompleta, ya que una empresa puede tener muchos activos que no tienen dimensiones físicas, como es el caso de créditos, gastos pagados por anticipado, entre otros, que no se consideran activos intangibles» (p. 3).

Uno de los mayores activos intangibles que poseen las empresas, es el capital intelectual, que aunque muchas veces olvidado y no utilizado, su correcta aplicación y aprovechamiento, puede llegar a ser el mayor motor de la organización; en este sentido, Sanz & Crissien (2012) indica que «conformar programas orientados a la medición y gestión del capital intelectual representa una alternativa para potenciar la capacidad de logro de sus resultados, situación exigida para la sociedad del conocimiento, lo cual ha difundido en el ámbito académico la búsqueda de herramientas para medir así como gestionar al capital intelectual» (p. 2).

Valoración de los activos intangibles

Para la valoración de los activos intangibles visibles en una organización, el estudio utilizó una matriz de riesgo, la cual es una herramienta clave para analizar y determinar los riesgos existentes; esta herramienta no proporcionará un resultado detallado sobre los riesgos y/o peligros de cada activo, sino dará una mirada aproximada y generalizada. Lo que se procura es visualizar bajo nuestro propio criterio, los activos intangibles visibles, más relevantes e importantes de una organización, que generen valor agregado y cuya función se pueda aplicar a las firmas de auditoría.

Según Ríos (2004), la matriz de riesgo «se trata de una herramienta ampliamente utilizada en diversas actividades que deben ponderar y gestionar riesgos. Desde su concepción metodológica las matrices se componen de dos vectores, uno de impacto y otro de probabilidad, cuya combinación define el riesgo de un factor en particular»; relacionando esto con las firmas de auditoría, Albanese (2012) indica que «el auditor interno, concebido como una función de aseguramiento y asesoría que agrega valor a la organización, es uno de los actores que juega un rol relevante al momento de la confección de la matriz» (p. 5); está claro que esta herramienta es indispensable al momento de valorar los activos intangibles visibles de una organización.

Para desarrollar la matriz de riesgo de activos intangibles visibles en una organización, se clasificaron estos en activos de mercado, activos de propiedad intelectual, activos centrados en el individuo y activos de infraestructura, dándosele a cada uno de los indicadores de los mismos, una valoración de acuerdo con el nivel de importancia de estos, en una organización y una observación donde se explica los motivos para darle la respectiva valoración.

Luego del respectivo análisis se concluyó que los activos intangibles visibles, de mayor relevancia para una organización son los activos centrados en el individuo, los cuales incluyen activos tales como pericia colectiva, capacidad creativa, habilidad, liderazgo, capacidad empresarial, gestión de los empleados, entre otros, ya que son activos inmateriales que en muchas ocasiones no se tienen en cuenta dentro de las operaciones de la organización, pero que su reconocimiento, valoración y aplicación correcta, puede hacer que la empresa cambie, innove o incorpore nuevos procesos y procedimientos que mejoren notoriamente los resultados de la organización.

La aplicación de activos tales como pericia colectiva (capacidad, habilidad, experiencia o conocimiento que poseen los individuos en relación a una determinada labor), cuyo buen desarrollo en los empleados de la organización, puede mejorar los sistemas, agilizar los procesos y aumentar los resultados; en este sentido, Ramírez (2007) indica que «el capital intelectual se divide en capital humano y capital estructural; el capital humano se encuentra en las personas que pueden generar valor para la empresa por medio de sus competencias, de su actitud y de su agilidad intelectual. En la competencia se incluyen la pericia y la educación, mientras que la actitud cubre el componente conductista del trabajo de los empleados. La agilidad intelectual es la capacidad de los empleados para innovar y cambiar la forma de actuar, de pensar en problemas y alcanzar soluciones diferentes e innovadoras» (p. 14). Tabla 2.

Luego de desarrollar la matriz con los activos intangibles visibles en una organización, de valorar los activos con mayor nivel de importancia y de establecer sus indicadores y observaciones al respecto, se puede analizar que los activos de mercado, corresponden a aquellos activos que son valorados por

Tabla 2. Activos intangibles visibles en una organización.

GRUPO	ACTIVOS ESPECIFICOS	PORCENTAJE INDIVIDUAL	PORCENTAJE GRUPAL	OBSERVACIONES	INDICADORES DE VALORACION
Activos de mercado	marcas	5%	20%	Demarcan como tal la imagen de la empresa al publico	<ul style="list-style-type: none"> • Relación de clientes antiguos-ingresos • Índices de satisfacción al consumidor • Servicio al cliente • Porcentaje de aumento de clientes nuevos
	clientela	7%			
	fideliidad	8%			
Activos de propiedad intelectual	know-how	12%	18%	Define un atractivo de inversion en la compañía	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de franquicias • Licencias otorgadas por patentes • Porcentaje crecimiento inversionistas
	copyright	3%			
	patentes	3%			
Activos centrados en el individuo	pericia colectiva	6%	53%	Pilar para la competitividad en el mercado y el desarrollo de la organización	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de estudio de los empleados • Ascensos de empleados en su trayectoria en la organización • Obligaciones asignadas • Capacitaciones periódicas a empleados • Recompensas por méritos • Reconocimiento de metas y logros obtenidos • Renuncias voluntarias • Quejas y sugerencias por el personal
	capacidad creativa	9%			
	habilidad	12%			
	liderazgo	8%			
	capacidad empresarial	9%			
	gestión de los empleados	9%			
Activos de infraestructura	tecnologias	3%	9%	Base de la disminución de costos	<ul style="list-style-type: none"> • conocimiento de las TIC por parte de los administradores • proceso de manejo y backup de bases de datos • rotación de productos dentro de la organización • indicadores de innovación
	metodologias	3%			
	procesos	3%			
TOTAL		100%	100%		

Fuente: Elaboración propia.

la relación de antigüedad de los clientes de la empresa con el porcentaje de ingresos que estos representan, índices de satisfacción del consumidor mediante encuestas realizadas a los clientes, la calificación del servicio al cliente por medio de eficiencia a la hora de solucionar inconvenientes o dudas, clientes nuevos con relación al total de clientes

Los activos de propiedad intelectual son los que se miden inicialmente por el crecimiento y expansión de la empresa en el territorio por ejemplo con base a las franquicias y nuevos puntos de operación de la organización, la cantidad de licencias otorgadas por patentes, el porcentaje anual de nuevos socios inversionistas en la compañía.

Por otro lado, los activos centrados en el individuo, son aquellos utilizados para medir los conocimientos y habilidades de los empleados se tiene en cuenta algunas variables como el nivel de estudios alcanzado por los empleados, el porcentaje de empleados que conocen cuál es su trabajo, el ascenso de puesto y escalafón de obligaciones que han alcanzados los empleados desde su inicio en la empresa, las recompensas obtenidas por los empleados ya sea por innovaciones que propagan, clientes potenciales para la organización o conexiones establecidas y también muy importante el liderazgo, creatividad y capacidad de gestión de los directivos el cual lo

podemos medir en el número de renunciaciones voluntarias de empleados y quejas y sugerencias del personal.

Román (2005) indica que «la productividad y motivación de los empleados, la innovación y proyectos de investigación y desarrollo, el valor de las marcas, la relación con los clientes, entre otros activos intangibles que se insertan dentro de lo que se conoce como Capital Intelectual, son elementos que permiten agregar valor a las empresas».

Esta categoría (activos centrados en el individuo), contempla todo lo relacionado con el capital intelectual de la empresa y sus ventajas al utilizarlos correctamente, ya que si las organización de hoy desean tener éxito, triunfar y ser competitivas frente a los cambios del mundo moderno, deben aprender a identificar estos activos intangibles visibles, así como a valorarlos y aprovecharlos en los espacios donde la organización lo requiera.

Y finalmente los activos de infraestructura, corresponden a los activos necesarios para valorar el buen uso y aprovechamiento de las tecnologías dentro del organización podemos tener en cuenta el grado de conocimiento acerca de las mismas parte de los administradores; los procesos de manejo, almacenamiento y copias de seguridad que se hacen a las bases de datos, rotación de los productos dentro de la organización para saber cuánto se demora la empresa en lanzar nuevos productos al mercado, indicadores de innovación y que tan exclusivos son los productos.

Conclusiones

La investigación permite exponer la importancia que tienen los activos intangibles visibles como valor agregado en las firmas de auditoría, lo cual logró establecer una valoración a los activos intangibles como activos de mercado, de propiedad intelectual, centrados en el individuo y activos de infraestructura, por lo que se concluye que la aplicación de los activos intangibles y su correcta explotación, mejora los resultados de los procesos de una organización, pues permiten la generación de conocimiento, es decir, de valor, ya que puede ser utilizado en la producción de bienes y servicios o para funciones relacionadas con la administración de la empresa.

Se utilizó una matriz de riesgo, para valorar los activos intangibles visibles en una organización, lo cual evidencio que a pesar de que en tiempo atrás, se le prestaba gran relevancia a activos como firmas, patentes, derechos o franquicias, ahora en la sociedad moderna, es decir la sociedad del conocimiento -una sociedad que necesita competir y tener éxito frente a los cambios económicos del mundo moderno-, se ha hecho necesaria la utilización de activos tales como capital intelectual, capacidad empresarial, pericia colectiva, capacidad

creativa, liderazgo, activos utilizados para medir los conocimientos y habilidades de los individuos de la organización, para su valoración se tiene en cuenta variables como el nivel de estudios alcanzado, experiencia, capacidad de gestión, activos que mejoran los procesos y procedimientos de las organizaciones, por tanto aumentan los resultados.

El uso de activos intangibles visibles en las firmas de auditoría, por medio del capital humano, genera valor agregado al encargo de auditoría, ya que garantizara la calidad de los resultados, es decir de la labor de los profesionales de contaduría; se puede concluir entonces que medir el valor de activos intangibles consiste en evaluar los objetivos estratégicos de la organización y aplicando estos activos intangibles visibles, al capital humano y a los activos tangibles, generar ventajas competitivas, que aumenten el valor y por tanto el ingreso de la organización.

Los activos organizativos de tipo intangible constituyen la base de la ventaja competitiva sostenible de la empresa. Bajo el concepto de capital intelectual se recogen aquellos activos intangibles de la empresa, no reflejados en los estados contables y financieros tradicionales, pero que contribuyen a la creación de valor. En particular, un activo intangible de importancia estratégica para la empresa es el conocimiento organizacional.

El entorno competitivo actual en el que navegan las empresas demanda una gestión ad hoc de este activo intangible, diferente por tanto, de la gestión tradicional de los activos tangibles.

Los activos organizativos de tipo intangible constituyen la base de la ventaja competitiva sostenible de la empresa. Bajo el concepto de capital intelectual se recogen aquellos activos intangibles de la empresa, no reflejados en los estados contables y financieros tradicionales, pero que contribuyen a la creación de valor. En particular, un activo intangible de importancia estratégica para la empresa es el conocimiento organizacional.

El entorno competitivo actual en el que navegan las empresas demanda una gestión ad hoc de este activo intangible, diferente por tanto, de la gestión tradicional de los activos tangibles.

Los activos intangibles visibles, constituyen la mayor ventaja competitiva sostenible que poseen actualmente las organizaciones, sin embargo muchos aun no aprovechan su función y desconocen su importancia, no obstante, aunque estos activos intangibles no se reflejen contable o financieramente, son activos que permiten la creación de valor en las organizaciones, ya que combinan destrezas y habilidades, así como conocimientos y experiencias, para mejorar los procedimientos de la organización, es decir su funcionamiento y aunque no posean valor de mercado o valor en los libros, estos activos generan valor a la empresa y con ello aumento de las utilidades.

Referencias

Decreto 2420, (2015). Compila los decretos reglamentarios de la Ley 1314 del 2009 con respecto a NIIF y NAI: Decretos 2706 del 2012, 2784 del 2012, 3022 del 2013 y 302 del 2015. Obtenido de Actualicese <http://actualicese.com/normatividad/2015/12/14/decreto-2420-de-14-12-2015/>.

Albanese, D. E. (2012). Redalyc. Obtenido de Redalyc: <http://www.redalyc.org/pdf/3372/337228651001.pdf>

Citraro, L. T. (2014). Universidad Externado de Colombia. Obtenido de Universidad Externado de Colombia: <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/3905/4341>

Edvisson, L., & Malone, M. (1997). Books Google. Obtenido de Books Google: <https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=1BWT-FT99pAC&oi=fnd&pg=PR11&dq=EDVINSSON+capital+intelectual&ots=s0234ZEXHo&sig=Su8kqH9E5eLYdiUqulipz8xBJUY#v=onepage&q=posesi%C3%B3n&f=false>

G., R. (2004). Boletín de la Comisión de Normas y Asuntos Profesionales del Instituto de auditores Internos de Argentina. Auditando con matrices de riesgo. Argentina. Obtenido de www.felaban.net/archivos_boletines_clain/archivo20140722162636PM.doc.

López, L. C. (2005). Redalyc. Obtenido de Redalyc: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85102405>

Marino, V. R. (Enero-Junio de 2006). Redalyc. Obtenido de Redalyc: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265420388004>

Nevado Peña, D., & Lopez Ruiz, V. R. (2010). Una nueva gestión del conocimiento para alcanzar una visión integral de la organización. Encuentros Multidisciplinares, 3.

NIC 38 Activos Intangibles. (2012). NIC. Obtenido de <http://www.ifrs.org/IFRSs/Documents/Spanish%20IAS%20and%20IFRSs%20PDFs%202012/IAS%2038.pdf>

Pérez Ortega, G., & Tangarife Martínez, P. (2013). Dialnet. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5109381.pdf>

Ramírez Ospina, D. (2007). Rcientificas uninorte. Obtenido de Rcientificas uninorte: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/3517/2251>

Román Nelida (2005). Capital intelectual: Generador de éxito en las empresas. Obtenido de: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/25076/2/articulo6.pdf>.

Ruiz González, M., Font Graupera, E., & Lazcano Herrera, C. (2015). Scielo. Obtenido de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842015000300009

Sanz Del Vecchio, D., & Crissien Borrero, T. (2012). UAC Dimension empresarial. Obtenido de UAC Dimension empresarial: https://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/dimension-empresarial/volumen-10-no-2/articulo06.pdf

Stella, M. V. (Julio-Diciembre de 2012). ProQuest. Obtenido de ProQuest: <http://bbibliograficas.ucc.edu.co:2068/docview/1771597152/fulltextPDF/91A92544ECD94088PQ/2?accountid=44394>

Tayles, M. (2006). ACCID. Obtenido de ACCID: http://www.accid.org/revista/documents/tendencias_castellano_085-100.pdf