

La divulgación del capital intelectual de las universidades nacionales argentinas en los sitios web institucionales

Disclosure of intellectual capital of argentine public universities on institutional websites

Gabriela García¹, Cecilia Ficco², Paola Bersía³ y Gustavo Sader⁴

RESUMEN

La producción de información sobre el capital intelectual (CI) de las instituciones universitarias resulta imprescindible para valorar y comunicar aspectos vinculados a los procesos de gestión del conocimiento, lo que contribuye no solo a mejorar su ejecución a nivel interno, sino también, a atender las necesidades informativas de los distintos grupos con interés en sus actividades.

En este marco, el presente trabajo tiene como objetivo analizar la información sobre el CI que las universidades nacionales argentinas divulgan a través de sus sitios web.

Para dar cumplimiento al mismo se realiza un estudio de alcance descriptivo, sustentado en la estrategia de análisis de contenido. Los datos provienen de la información de acceso público contenida en los sitios web de las siete universidades que integran la muestra de este estudio.

Los resultados obtenidos permiten advertir que, en términos globales, el grado de divulgación del CI es bajo y que el mayor énfasis en la divulgación se centra en elementos intangibles vinculados a la dimensión estructural y relacional del CI. Específicamente, se pone el acento en describir la estructura y los recursos que las universidades utilizan para incrementar e internalizar el conocimiento generado, así como los instrumentos y medios que les permiten formalizar vínculos con su entorno; siendo estos resultados análogos a los obtenidos en investigaciones previas.

Palabras clave: Argentina, capital intelectual, divulgación, sitios web, universidades públicas.

Recepción: 01/11/22. Aprobación: 23/12/2022.

ABSTRACT

The production of information on the intellectual capital (IC) of universities is essential to assess and communicate different aspects related to the knowledge management process, which contributes not only to improve its execution internally, but also to address the information needs of the different groups with an interest in its activities.

In this framework, the present study aims to analyze the information on IC that Argentine public universities disclose through their websites.

1 Universidad Nacional de Río Cuarto, Facultad de Ciencias Económicas, Río Cuarto, Argentina, e-mail: ggarcia@fce.unrc.edu.ar

2 Universidad Nacional de Río Cuarto, Facultad de Ciencias Económicas, Río Cuarto, Argentina, e-mail: cficco@fce.unrc.edu.ar

3 Universidad Nacional de Río Cuarto, Facultad de Ciencias Económicas, Río Cuarto, Argentina, e-mail: pbersia@fce.unrc.edu.ar

4 Universidad Nacional de Río Cuarto, Facultad de Ciencias Económicas, Río Cuarto, Argentina, e-mail: gsader@fce.unrc.edu.ar

To comply with it, a descriptive study was carried out, based on the content analysis strategy. The data comes from the public access information contained in the websites of the seven universities that compose the sample of this investigation.

The results show that, in global terms, the degree of IC disclosure is low and that the greatest emphasis on disclosure is focused on intangible elements linked to the structural and relational dimension of IC. Specifically, the emphasis lies on describing the structure and resources that universities use to increase and internalize the knowledge generated, as well as the instruments and means that allow them to formalize links with their environment. These results are analogous to those obtained in previous investigations.

Key words: Argentina, intellectual capital, disclosure, websites, public universities.

INTRODUCCIÓN

Las universidades ocupan un lugar central en el desarrollo de la sociedad en la que se insertan, en tanto, como instituciones productoras de conocimiento, desempeñan un rol clave en la formación y generación de capacidades endógenas que contribuyen al desarrollo local. El conocimiento producido por estas organizaciones deriva del cumplimiento de sus funciones esenciales: la docencia, la investigación y la extensión, las que posibilitan la generación de conocimiento a través de la enseñanza y como resultado de las investigaciones y de las relaciones que las universidades entablan con su entorno (Ramírez y Santos, 2013). A su vez, el conocimiento es también el principal insumo en estas instituciones (Cañibano y Sánchez, 2008).

De este modo, las universidades producen conocimiento y hacen uso del mismo, siendo ese conocimiento el sustrato fundamental de una variada gama de elementos intangibles que les permiten crear valor para sí mismas y para la sociedad; intangibles que la literatura habitualmente engloba bajo el concepto de capital intelectual (CI). En particular, el CI universitario refiere al conjunto de recursos y actividades no tangibles de la institución, lo que incluye, tal y como lo indican Ramírez y Santos (2013), sus procesos, su capacidad de innovación, sus patentes, el conocimiento tácito de sus miembros, sus capacidades, talentos y destrezas, el reconocimiento de la sociedad, su red de colaboradores y contactos, entre otros.

La diversidad de elementos intangibles que pueden tener cabida en el concepto de CI, se pueden agrupar en una serie de dimensiones, siendo las correspondientes a capital humano (CH), capital estructural (CE) y capital relacional (CR), las que identifican la mayor parte de los autores.

En el ámbito universitario, tal y como señalan Bueno et al. (2002), el CH recoge los conocimientos y capacidades de los miembros de las universidades (es decir, profesores, investigadores y resto del personal), que son adquiridos mediante los procesos de educación formal e informal, la socialización y la actualización propios de su actividad. El CE, en cambio, está conformado por el conocimiento que la institución universitaria ha logrado incorporar, internalizar, sistematizar y procesar a través de sus actividades, comprendiendo, principalmente, los sistemas y procesos de la estructura organizativa. Por último, el CR se encuentra vinculado a la capacidad que posee la universidad para integrarse a su entorno, e incluye el conjunto de relaciones económicas, políticas e institucionales que mantiene con diferentes agentes que configuran su ámbito de actuación.

Ahora bien, para que el conocimiento producido por las universidades trascienda a la sociedad, enriqueciendo el tejido económico y social del entorno, resulta imprescindible que en el diseño organizativo de los sistemas de información universitarios se facilite el seguimiento de la adquisición, producción y

transmisión del conocimiento que permita alcanzar su utilización eficiente (Bersía y Ficco, 2020; Borrás y Prieto, 2019). Esto implica poner el acento, no solo en la gestión del conocimiento a nivel interno, sino también en la divulgación del mismo hacia el exterior de la institución. En este sentido, y para el caso particular de las universidades públicas, se entiende que la divulgación de información sobre los distintos elementos que componen su CI ayuda, tal como indica Católico (2021), a mejorar la comprensión acerca de su desempeño, favoreciendo las condiciones para dar cuenta sobre el uso de los recursos públicos, para explicar los logros que obtienen a partir de la enseñanza, la investigación y la innovación y para demostrar los beneficios que generan a los distintos grupos que tienen interés en el desarrollo de sus actividades.

La teoría de los *stakeholders*, enunciada por Freeman (1984), da sustento a este planteo. En efecto, desde esta perspectiva, la organización se concibe como un conjunto de *stakeholders*, es decir, de individuos y grupos sociales que, de una u otra forma, se ven afectados por sus actividades y que tienen interés legítimo en su desarrollo, teniendo además influencia en la consecución de los objetivos organizacionales (AECA, 2004). Bajo este concepto, las relaciones que la organización mantiene con sus *stakeholders* resultan clave para su supervivencia y crecimiento, por lo que debe cumplir con las expectativas de todos sus participantes. En este marco, la revelación de información sobre el CI puede ser considerada como parte del diálogo entre la organización y sus grupos de interés (Ochoa, Prieto y Santidrián, 2012), que favorece el entendimiento integral de la gestión realizada en la organización (Católico, 2021), a la vez que permite obtener el apoyo y la aprobación de esos grupos, en la medida que, al referir a recursos estratégicos, contribuye a aumentar el valor percibido que tienen de la organización (Tejedo y Alfaro, 2014).

No obstante, es muy limitada la información sobre el CI que se incorpora en los sistemas de información de las universitarias públicas y en los informes que elaboran para cumplir con los requerimientos normativos vigentes. En efecto, los sistemas de información atienden a requerimientos normativos -internos y externos- que apuntan a finalidades diversas, pero que, tradicionalmente, se han centrado en la información financiera y presupuestaria, como instrumento de transparencia y rendición de cuentas que permita garantizar el control financiero de la entidad (Martín y Moneva, 2009). Estos sistemas de información resultan insuficientes, tanto para apoyar la toma de decisiones a nivel de la gestión organizacional, como para proporcionar datos para el control de esas decisiones y satisfacer, así, las necesidades de diferentes grupos de interés (Borrás y Prieto, 2019; Montesinos, 2019).

Frente a estas deficiencias informativas, se han desarrollado diferentes iniciativas, principalmente en Europa, tendientes a producir y comunicar información sobre los distintos elementos que contribuyen al CI de las organizaciones universitarias. Ejemplos de estas iniciativas son la Ley Universitaria austríaca de 2002, que establece la obligación y el marco general para desarrollar informes de CI, y la propuesta del *Observatory European of Universities*. Junto a lo anterior, han surgido diferentes desarrollos para el diseño de modelos que permitan la identificación, medición y comunicación de los elementos que componen el CI universitario (Borrás, 2021; Bueno, et al., 2002; Leitner et al., 2014; Ramírez y Santos, 2013; Ruso, 2014; Sánchez y Elena, 2006, entre otras⁵). Se trata, sin embargo, de experiencias y planteos puntuales, sin que se haya generalizado, a través de regulaciones, la obligatoriedad de presentar informes de CI bajo determinadas normas o estándares. Por lo anterior, es posible afirmar que el CI creado por las universidades públicas, en general, sigue siendo un elemento que no se identifica, no se mide, ni tampoco se informa de manera sistémica.

5 En el caso particular de Latinoamérica, durante el período 2017-2019, se llevó adelante un proyecto colaborativo, integrado por investigadores de nueve universidades (localizadas en Argentina, Bolivia, Cuba y México), que tuvo por objeto el diseño de un modelo de CI para el ámbito universitario. En él participaron dos autoras del presente trabajo y, si bien se realizó el diseño del modelo (Borrás, 2021), aún no se ha logrado su adopción a nivel institucional.

Se observa, sin embargo, que, a la par de la proliferación de nuevas tecnologías de comunicación e información, las universidades han comenzado a utilizar nuevos canales para la comunicación de su CI, entre los que se destacan los sitios web (Bisogno et al., 2018; Sangiorgi y Siboni, 2017).

Esta situación ha quedado evidenciada en algunos estudios empíricos previos que, en los últimos años, han comenzado a analizar las prácticas de divulgación del CI de las universidades, tal como se aprecia en los trabajos de Low, Samkin y Li (2015), Di Bernardino y Corsi (2018), Ramírez, Merino y Manzaneque (2019) y Nicolò et al. (2020). Estas investigaciones han detectado que la cantidad de información que se divulga sobre el CI -en diferentes informes y documentos- es baja, lo que ha alentado el estudio de la divulgación del CI universitario a través de medios alternativos. Particularmente, dentro de esta línea, han surgido investigaciones que han puesto el énfasis en evaluar la divulgación del CI haciendo uso de las nuevas tecnologías (Católico, 2021; Lombardi y Dumay, 2017; Manes, Nicolò y Tartaglia, 2018; Sangiorgi y Siboni, 2017; Ulum et al., 2022), encontrando evidencia de cómo las universidades comienzan a valerse de sus sitios web para divulgar su CI, detectándose además -como postulan Bisogno et al. (2014)- un uso cada vez mayor de este medio de comunicación, debido a que ofrece oportunidades para que las universidades divulguen, de manera oportuna, información relevante para la sociedad (Ramírez y Tejada, 2019).

Sin embargo, también se observa que la mayor parte de estas investigaciones se concentran en los países de Europa (Bisogno et al., 2018), por lo que coincidimos con Católico (2021) en que resulta necesario ampliar los estudios a contextos distintos, como el de los países emergentes y de América Latina, lo que permitirá lograr una mejor comprensión del fenómeno de la divulgación del CI a través de la red, analizando similitudes y diferencias entre diferentes países y regiones y, en particular, si es un fenómeno que se extiende a nivel global o es propio de los países desarrollados.

Este es el marco de la presente investigación, la cual tiene como propósito analizar la información sobre el CI que las universidades nacionales argentinas (UUNN) divulgan a través de sus sitios web. Para dar respuesta al mismo, se realiza un estudio de tipo descriptivo sustentado en la estrategia de análisis de contenido. Los datos utilizados provienen de la información de acceso público contenida en las webs institucionales de las siete UUNN que han sido consideradas para esta investigación, siendo estas universidades las que integran la Región Centro de Argentina.

Tras esta introducción, el desarrollo del trabajo se presenta estructurado en tres grandes partes. En la primera se describen los principales aspectos metodológicos de la investigación y, en la segunda, se presentan los resultados obtenidos y su discusión. Finalmente, se exponen las conclusiones que se derivan de tales resultados.

METODOLOGÍA, MATERIALES Y MÉTODOS

Para dar cumplimiento al objetivo planteado se realizó un estudio de alcance descriptivo, en el que se aplicó un diseño no experimental sustentado en la estrategia de análisis de contenido. Las fuentes de información utilizadas fueron los sitios web institucionales, de los que se recolectaron datos durante el período comprendido entre junio y noviembre del 2021. La muestra sobre la que se desarrolla la investigación se compone de las siete UUNN pertenecientes a la Región Centro de Argentina, a saber: Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC), Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER), Universidad Nacional de Córdoba (UNC), Universidad Nacional de Rosario (UNR), Universidad Nacional del Litoral (UNL), Universidad Nacional de Villa María (UNVM) y Universidad Nacional de Rafaela (UNRaf). Para la aplicación del análisis de contenido se siguieron los pasos metodológicos propuestos

por Andréu (2002). En la Tabla 1 se presentan dichos pasos y las definiciones adoptadas en este estudio para su aplicación.

Tabla 1
Pasos metodológicos aplicados para el análisis de contenido.

Pasos metodológicos propuestos por Andréu (2002)	Definiciones adoptadas en este estudio
1. Determinar las unidades objeto de análisis	U. de muestreo: sitios web U. de registro: frases, entendidas como conjunto de palabras U. de contexto: secciones de la web y documentos adjuntos ⁶
2. Determinar el sistema de categorías	Base: indicadores del modelo de informe de CI de Leitner et al. (2014), adaptado por Católico (2021): ○ cada componente del modelo representa una categoría ○ cada indicador asociado al componente una subcategoría
3. Determinar las reglas de codificación	"1" cuando la información está presente "0" cuando la información está ausente
4. Comprobar la fiabilidad del sistema de codificación-categorización	El mismo procedimiento es realizado por dos codificadores independientes
5. Inferencias	Para poder explicar lo que hay en el texto, se elabora un índice de divulgación de CI no ponderado (IDCI)

Como surge de la Tabla 1, la metodología aplicada permite inferir o explicar lo que hay en el texto a través de la elaboración de un índice de divulgación. Para lograrlo, es necesario transformar los datos brutos contenidos en las diferentes secciones, y documentos analizados, en valores numéricos a través de la definición de un sistema de categorías de análisis y una regla de codificación.

El sistema de categorías empleado en esta investigación toma como base los indicadores que componen el modelo de informe de CI propuesto por Leitner et al. (2014), bajo la adaptación realizada por Católico (2021) para las universidades colombianas. De este modo, cada componente del modelo representará una categoría y cada indicador asociado una subcategoría.

El modelo de Leitner et al (2014) reconoce como componentes del CI a sus tres dimensiones principales, es decir: CH, CE y CR, como así también a los procesos que la institución lleva adelante a través de sus funciones básicas: educación, investigación y extensión, con sus correspondientes resultados e impactos.

En este sentido, el modelo no sólo refleja el CI que le sirve de base a la institución para generar conocimiento, sino también los procesos que despliega para crear ese conocimiento, junto a los resultados que obtiene en el desarrollo de los mismos. De este modo, el modelo incluye indicadores para cada componente base del CI (CH, CE y CR) e indicadores de procesos y resultados para las diferentes actividades, los que se presentan en la Tabla 2.

⁶ Los únicos documentos que no han sido analizados son los denominados "Informes de autoevaluación institucional", debido a que los mismos tienen características particulares, por ser un requerimiento de información obligatorio en el proceso de evaluación externa. Adicionalmente, si bien hubiera sido de interés analizarlos, como una fuente de información particular, son muy pocas las UUNN que tienen disponibles estos informes en sus sitios web.

Tabla 2
Componentes e indicadores del CI en las universidades.

Componentes del CI	Indicadores
Capital humano	CH1 Planta de personal docente a tiempo completo
	CH2 Personal docente con doctorado
	CH3 Programas de formación para el personal docente
	CH4 Docentes con grado de profesor titular
	CH5 Relación estudiantes – docentes
	CH6 División de la planta por género
	CH7 Duración media o antigüedad de los docentes como empleados
	CH8 Nuevo personal docente y de investigación
	CH9 Personal en formación
Capital estructural	CE1 Inversión de capital en infraestructura
	CE2 Inversión en recursos bibliográficos
	CE3 Oferta de programas académicos, cursos, diplomados o módulos
	CE4 Nuevos programas académicos, cursos, diplomados o módulos
	CE5 Sistemas de información y comunicación
	CE6 Inversión de capital en los procesos de investigación (equipamiento)
	CE7 Definición y desarrollo de líneas de investigación
	CE8 Programas o proyectos de investigación
Capital relacional	CR1 Promoción institucional
	CR2 Movilidad de estudiantes
	CR3 Personal académico con títulos obtenidos en otra institución nacional o extranjera
	CR4 Profesores visitantes
	CR5 Programas académicos en convenio con otras universidades
	CR6 Estudiantes extranjeros
Capital de procesos: educación	CP.E1 Programas ofrecidos en un idioma extranjero
	CP.E2 Estudiantes satisfechos con la labor docente
	CP.E3 Estudiantes satisfechos con aulas, laboratorios y bibliotecas
	CP.E4 Estudiantes satisfechos con la estructura de los programas académicos
	CP.E5 Deserción grado y posgrado
	CP.E6 Promedio de visitas a la biblioteca o préstamo externo
	CP.E7 Ocupación de salas de conferencias y seminarios
	CP.E8 Estudiantes en programas con doble titulación
	CP.E9 Estudiantes beneficiados con becas internas o con recursos estatales o de privados
	CP.E10 Estudiantes que participan en programas internacionales
	CP.E11 Estudiantes satisfechos con los programas de intercambio
Capital de procesos: investigación	CP.I1 Ocupación de laboratorios
	CP.I2 Participación en redes académicas y de investigación
	CP.I3 Organización de eventos científicos
	CP.I4 Movilidad del personal docente

Capital de procesos: extensión	CP.Ex1 Organización de eventos culturales y sociales
	CP.Ex2 Relaciones con medios de comunicación
	CP.Ex3 Relaciones con otras universidades
	CP.Ex4 Relaciones con la sociedad en general
	CP.Ex5 Relaciones con el mundo empresarial y organismos públicos
Resultados e impactos: educación	RI.E1 Tasa de terminación de estudios (grado y posgrado)
	RI.E2 Tiempo promedio de graduación para estudiantes de grado y pregrado
	RI.E3 Tiempo promedio de graduación para estudiantes de posgrado
	RI.E4 Calidad en la gestión académica
	RI.E5 Resultados en pruebas de Estado
	RI.E6 Empleabilidad de sus graduados
Resultados e impactos: investigación	RI.I1 Número de publicaciones por personal académico en revistas
	RI.I2 Otra producción intelectual (actas, libros, guías, videos, etc.)
	RI.I3 Publicaciones científicas entre las 10% más citadas en el mundo
	RI.I4 Promedio de citas por publicación (últimos cinco años)
	RI.I5 Co-publicaciones científicas internacionales por investigador
	RI.I6 Proyectos de investigación financiados con fondos nacionales
	RI.I7 Proyectos de investigación financiados internacionalmente / de manera externa
	RI.I8 Categorización de los investigadores o grupos de investigación ante organismos nacionales o internacionales
	RI.I9 Tesis de doctorado y maestría finalizadas
	RI.I10 Conferencias y/o exposiciones en eventos académicos
RI.I11 Cantidad de patentes	
Resultados e impactos: extensión	RI.Ex1 Cantidad de intervenciones al medio (cursos, asesoramiento, actividades/ acciones)
	RI.Ex2 Patentes concedidas
	RI.Ex3 Ingresos por licencias y patentes
	RI.Ex4 Coediciones público-privadas (obras artísticas, libros, publicaciones científicas)
	RI.Ex5 Premios y reconocimientos recibidos

Fuente: Elaborado a partir del modelo propuesto por Católico (2021).

Seleccionadas las categorías y subcategorías, el paso siguiente es la codificación. Para ello, se asignó el valor “1” cuando la información se encuentra presente y “0” en la situación inversa. En este proceso se han seguido una serie de normas, siguiendo lo propuesto por Castilla y Ruiz (2017), a saber: se codifican frases, tablas, gráficos, cuadros y diagramas, pero no imágenes; la repetición de los ítems se toma una sola vez y se asume que todas las frases tienen igual importancia.

A los fines de asegurar la fiabilidad del sistema de codificación, y siguiendo lo sugerido por Andréu (2002), el mismo procedimiento fue realizado por dos codificadores independientes, arribando a un coeficiente de acuerdo del 84%, el cual puede ser considerado aceptable por ser mayor al 70%, que es el mínimo exigido en este tipo de estudios, tal como lo exponen Castilla y Ruiz (2017).

Finalmente, para poder interpretar la información codificada, se elabora un índice de divulgación (ID) de CI no ponderado (IDCI). Este índice permite contar con una medida agregada de la cantidad de información revelada dentro de la fuente específica analizada. El cálculo de este índice se realiza a través del cociente entre el número de indicadores del CI efectivamente divulgados sobre el número total de indicadores que se esperaba sean revelados (siendo este total igual a 65).

RESULTADOS

En esta sección se presentan los resultados obtenidos para los IDCI de cada una de las UUNN estudiadas, como así también, para el conjunto de UUNN de la Región Centro de Argentina.

La Divulgación del CI en cada UUNN

La Tabla 3 muestra los valores de los IDCI obtenidos para cada una de las UUNN analizadas, como así también los valores de los índices de divulgación por cada uno de los componentes del CI incluidos en el modelo.

Tabla 3
ID para el CI de cada UUNN y para cada uno de sus componentes.

Índices de divulgación para el CI y por componentes del CI	Nº de indicadores	UNRC	UNER	UNC	UNR	UNL	UNVM	UNRaf
IDCH	9	0.33	0.56	0.89	0	0.55	0.78	0.11
IDCE	8	0.75	0.88	0.88	0.50	0.88	1.00	0.75
IDCR	6	0.67	0.50	0.83	0.50	0.83	0.66	0.17
IDCPE	11	0.18	0.09	0.45	0.09	0.27	0.45	0.09
IDCPI	4	0.50	0.75	0.75	0.75	0.75	0.5	0.25
IDCP.Ex	5	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
IDRI.E	6	0.17	0.33	0.83	0.33	0.67	0.17	0.00
IDRI.I	11	0.18	0.27	0.45	0.36	0.64	0.27	0.27
IDRI.Ex	5	0.40	0.20	0.40	0.20	0.40	0.20	0.20
IDCI	65	0.40	0.45	0.68	0.34	0.63	0.54	0.28

Los valores de los índices presentados en la Tabla 3, para cada componente del CI, representan la proporción de indicadores sobre los que cada universidad suministra información, del total de indicadores correspondientes a dicho componente. Por lo tanto, si el índice asume valor uno, ello significa que la institución ha brindado información sobre la totalidad de los indicadores esperados, mientras que si asume valor cero implica que no ha ofrecido información sobre ninguno de los indicadores considerados para ese componente.

En los resultados presentados en la Tabla 3 se advierte que la UNC y la UNL son las que asumen una política de divulgación más activa, lo que se evidencia en el valor que toman sus IDCI (0.68 y 0.63, respectivamente). Esto muestra que, ambas instituciones, revelan información sobre más del 60% del total de los indicadores descriptos en el modelo. Este resultado podría ser explicado por el hecho de que ambas instituciones asumen, y declaran, una política de gobierno abierto, o transparencia informativa, por lo que además de ofrecer información sobre las actividades que despliegan a través de sus actividades áreas de trabajo (académica, investigación, extensión, vinculación y cooperación internacional), brindan informes de gestión anuales y estadísticas detalladas. Es particularmente a través de estos documentos que hacen públicos los resultados e impactos de la gestión y del cumplimiento de sus funciones sustantivas (educación, investigación y extensión). En consonancia con lo anterior, los índices para estas categorías (IDRI.E, IDRI.I, IDRI.Ex) resultan, comparativamente, superiores a los de las restantes universidades.

Una política de transparencia informativa similar asume la UNVM, que se refleja en un IDCI del 0.54, para esta universidad. En particular, la UNVM, a través del Observatorio Integral de la Región (ORI), pone a disposición del público general estadísticas completas bajo la denominación de anuarios. En ellos se presenta información exhaustiva referida a su estructura organizativa y capital científico-tecnológico, que incluye la descripción de los sistemas y servicios de información y comunicación disponibles, las áreas y proyectos de investigación en ejecución, su oferta académica y la inversión realizada en cada uno de estos ítems (presupuesto ejecutado). Es decir, presenta información de todos los indicadores que componen su CE, lo que se refleja en un IDCE = 1.

Resulta pertinente aclarar que casi todas las instituciones ponen a disposición, a través de sus sitios web, diversos documentos por medio de los cuales, podría interpretarse, rinden cuenta de sus actividades. Estos documentos asumen diferentes denominaciones e incluyen información no homogénea. Así, algunos contienen una gran cantidad de información cuantitativa, referida a los distintos indicadores de gestión. En otros, se observa información de tipo cualitativa, por medio de la cual se describen las acciones desarrolladas en un período de tiempo (generalmente anual). Estos documentos reciben diferentes denominaciones en cada universidad, a saber: memorias (UNR), síntesis institucional (UNRC), anuarios (UNER y UNVM) o, como se indicó anteriormente, informes de gestión (UNC y UNL).

De la descripción anterior surge que la UNRaf no ofrece, a través de su web, ningún documento con características similares a un informe de gestión o estadístico, lo que impacta en el valor de su IDCI (0.28). En su caso, el énfasis en la divulgación está puesto en dar a conocer aspectos vinculados a su estructura organizativa, particularmente, sus áreas, su oferta académica, los sistemas de información y comunicación y los programas y proyectos de investigación que desarrolla, siendo todos ellos elementos que forman parte de su CE, el que presenta un IDCE = 0.75. También es proactiva en la divulgación de información relativa a los proyectos y convenios que le permiten relacionarse e integrarse con el entorno, lo que se refleja en un valor elevado del ID de su capital de procesos vinculado a la extensión (CP.Ex = 0.80).

Se puede apreciar, de este modo, que más allá de la política de divulgación asumida por cada UUNN, de las tres dimensiones del CI, la correspondiente al CE es la más revelada, lo que resulta consistente con los resultados de Nicolò et al. (2020). Se destaca también, para todas la UUNN, el elevado nivel de revelación en relación con los procesos de extensión.

La Divulgación del CI en el conjunto de UUNN que conforman la Región Centro de Argentina

La Tabla 4 presenta el índice de divulgación del CI para el conjunto de las UUNN que componen la muestra (es decir, el índice agregado de divulgación del CI para la Región Centro: IDCIA). Se muestran también los ID para cada una de los nueve componentes del CI.

Tabla 4

ID para el conjunto de UUNN de la Región Centro: a nivel agregado y por cada componente del CI.

Componentes de CI	Total de indicadores	IDCIA e ID por componentes del CI
CH: Capital Humano	9	0.46
CE: Capital estructural	8	0.80
CR: Capital relacional	6	0.60
CP.E: Capital de procesos educación	11	0.25
CP.I: Capital de procesos investigación	4	0.61
CP.Ex: Capital de procesos extensión	5	0.80
RI.E: Resultados e impactos educación	6	0.36
RI.I: Resultados e impactos investigación	11	0.35
RI.Ex: Resultados e impactos extensión	5	0.29
CI: Capital intelectual	65	0.47

En términos globales, se obtiene un IDCIA del 0.47, lo que representa un grado de divulgación bajo del CI. Este valor indicaría que, en promedio, las universidades de la región informan menos del 50% del total de los indicadores del CI esperados, lo que se encuentra en línea con los resultados obtenidos por Ulum et al. (2022), quienes encuentran que la divulgación del CI a través de los sitios web de las universidades de Indonesia está por debajo del 50%, en promedio. Se destacan, sin embargo, dos UUNN en las que el IDCI (Tabla 3) es superior al IDCIA: la UNC y la UNL, con valores del IDCI de 0.68 y 0.63, respectivamente.

Además, los resultados de la Tabla 4 muestran que existen variados niveles de divulgación del CI, cuando se analiza individualmente cada componente o categoría del modelo. Así, puede advertirse que las categorías más reveladas son el CE (0.80) y capital de procesos de extensión (0.80), seguidas por el capital de procesos de investigación y el CR, con valores de los ID de 0.61 y 0.60, respectivamente. Estos resultados evidencian que, en general, las universidades estudiadas ponen mayor énfasis en la divulgación de información referida a la estructura y a los recursos de los que se valen para incrementar e internalizar el conocimiento generado por ellas (CE y CP.I), así como sobre aquella relativa a sus vínculos y a las maneras en que formalizan sus relaciones con los distintos grupos de interés (CP.Ex y CR).

Estos hallazgos están en sintonía con los obtenidos por Sangiorgi y Siboni (2017) para las universidades italianas y, también, con los resultados logrados por Católico (2021) para las universidades colombianas. Ambos estudios sugieren que las universidades prefieren revelar los elementos del CI de los que la universidad ha podido apropiarse, es decir, aquellos vinculados a su estructura organizativa, sus relaciones y los procesos a través de los que desarrolla sus funciones básicas, en lugar de dar información sobre los elementos del CI relacionados a sus productos y resultados (RI) o a su personal (CH); cuestión que también se advierte en los valores que asumen los índices, para esas mismas categorías, en la Tabla 4.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Las universidades, como productoras de conocimiento, cumplen un rol destacado en el desarrollo de la sociedad en la que se insertan. Ahora bien, para que el conocimiento que las universidades generan, a través de sus funciones esenciales (educación, investigación, extensión), trascienda a la sociedad, resulta imprescindible poner el acento en la divulgación de su CI hacia el exterior de la institución, como parte del diálogo entre la institución y sus grupos de interés, ya que ayuda a dar cuenta sobre el uso de los recursos públicos, a mejorar la comprensión acerca de cómo desempeñan sus funciones sustantivas y los logros que obtienen a partir de ello, como así también, a demostrar los beneficios que generan a sus *stakeholders*.

En esta línea, el presente trabajo se enfocó en el análisis de la información sobre CI que las universidades nacionales argentinas de la Región Centro divulgan a través de sus sitios web.

Los resultados obtenidos permiten advertir que las universidades estudiadas brindan información sobre diversos elementos intangibles y sobre los indicadores que permiten identificarlos y valorarlos. Sin embargo, en términos globales, se detecta que el grado de divulgación del CI es bajo y que el mayor énfasis en la divulgación se centra en elementos intangibles vinculados a la dimensión estructural y relacional del CI. Específicamente, se pone el acento en describir la estructura y los recursos que las universidades utilizan para incrementar e internalizar el conocimiento generado, así como los instrumentos y medios que les permiten formalizar vínculos con su entorno; siendo estos resultados análogos a los obtenidos en investigaciones previas.

Estos hallazgos contribuyen a acrecentar la investigación sobre CI en instituciones universitarias, respondiendo así a la petición formulada por Bisgogno et al. (2018), quienes advierten la necesidad de generar nuevos conocimientos sobre la divulgación del CI en este tipo de organizaciones. En particular, contribuyen a aumentar el conocimiento sobre esta temática para América Latina, región para la cual la evidencia existente es muy limitada. Los resultados proporcionan también una base útil para las autoridades universitarias y otros organismos reguladores de su actividad, en la medida que ayudan a comprender mejor las prácticas de CI en las universidades.

Este estudio no está exento de limitaciones. La principal, radica en el hecho de que fue realizado tomando solo un grupo de universidades argentinas. Por ello, de cara a dar continuidad a la investigación, se ha previsto avanzar con el análisis de las prácticas de divulgación del CI asumidas por las restantes universidades públicas argentinas.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Andréu, J. (2002). *Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada*. Sevilla: Fundación Centro de Estudios Andaluces.
- AECA -Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas- (2004). Documento N° 1: *Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid: AECA.
- Bersía, P. y Ficco, C. (2020). El papel de los modelos de capital intelectual en el análisis de la contribución de las universidades al desarrollo: Un estudio empírico en la Facultad de Ciencias Económicas de la UNRC. *Revista Perspectivas de las Ciencias Económicas y Jurídicas*, 11(1), pp. 133-153.
- Bisogno, M., Citro, F. y Tommasetti, A. (2014). Disclosure of university websites. Evidence from Italian data. *Global Business and Economics Review*, 16(4), pp. 452-471.
- Bisogno, M., Dumay, J., Manes, F. y Tartaglia, P. (2018). Identifying future directions for IC research in education: A literature review. *Journal of Intellectual Capital*, 19(1), 10-33.
- Borrás, F. (2021). *Estudio comparativo de la gestión del capital intelectual en Universidades Latinoamericanas*. La Habana: Editorial Ciencias Económicas.
- Borrás, F. y Prieto, B. (2019). Sistemas de información universitarios para un futuro sostenible. *Revista de la AECA*, 127, 13-15.
- Bueno, E. et al. (2002). Indicadores de capital intelectual aplicados a la actividad investigadora y de gestión del conocimiento en las universidades y centros públicos de investigación de la comunidad de Madrid. En A. Modrego (Ed.), *Capital intelectual y producción científica* (pp. 19-69). Madrid: Dirección General de Investigación, Comunidad de Madrid.
- Cañibano, L. y Sánchez, P. (2008). Intellectual Capital Management and Reporting in Universities and Research Institutions, *Estudios de Economía Aplicada*, 26(2), pp. 7-26.
- Castilla, F. y Ruiz, M. (2017). La divulgación de intangibles en entidades financieras: Un análisis de contenido. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 47(1), 81-123.
- Católico, D. (2021). Las nuevas tecnologías en la divulgación del capital intelectual: Análisis en universidades colombianas. *Apuntes Contables*, 28, 41-58.
- Di Berardino, D. y Corsi, C. (2018). A quality evaluation approach to disclosing third mission activities and intellectual capital in Italian universities. *Journal of Intellectual Capital*, 19(1), 178-201.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Leitner, K., Elena, S., Fazlagić, J., Kalemis, K., Martinaitis, Ž., Secundo, G. y Zaksa, K. (2014). A strategic approach for intellectual capital management in European universities: Guidelines for implementation. Bucharest: UEFISCDI.
- Lombardi, R. y Dumay, J. (2017). Guest editorial. *Journal of Intellectual Capital*, 18(1), 2-8.
- Low, M., Samkin, G. y Li, Y. (2015). Voluntary reporting of intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, 16(4), 779-808.
- Manes, F., Nicolò, G. y Tartaglia, P. (2018). New trends in intellectual capital reporting: Exploring online intellectual capital disclosure in Italian universities. *Journal of Intellectual Capital*, 19(4), 814-835.
- Martín, E. y Moneva, J. (2009). *Análisis de la rendición de cuentas de las universidades desde un enfoque de responsabilidad social*. Trabajo presentado en el Workshop sobre Responsabilidad social, Gobierno corporativo y Transparencia informativa, España.
- Montesinos, V. (2019). La contabilidad pública ante los objetivos del desarrollo sostenible: ¿qué cambios se avecinan? *Revista de la AECA*, 127, 64-66.
- Nicolò, G., Manes-Rossi, F., Christiaens, J., y Aversano, N. (2020). Accountability through intellectual capital disclosure in Italian Universities. *Journal of Management and Governance*, 24(4), 1055-1087.
- Ochoa, M., Prieto, M. B. and Santidrián, A. (2012). Una revisión de las principales teorías aplicables al CI. *Revista Nacional de Administración*, 3(2), pp. 35-48.
- Ramírez, Y. y Tejada, A. (2019). Digital transparency and public accountability in Spanish universities in online media. *Journal of Intellectual Capital*, 20(5), 701-732.

- Ramírez, Y. y Santos, J. (2013). Propuesta de un informe de capital intelectual para las instituciones de educación superior españolas. *Estudios de Economía Aplicada*, 31(2), 525-554.
- Ramírez, Y., Merino, E. y Manzanque, M. (2019). Examining the intellectual capital web reporting by Spanish universities. *Online Information Review*, 43(5), 775-798.
- Ruso, F. (2014). *Modelo de identificación, valoración y divulgación contable del CI en la universidad cubana*. Tesis doctoral, Universidad de Santiago de Compostela, España.
- Sánchez, P. y Elena, S. (2006). Intellectual capital in universities. Improving transparency and internal management. *Journal of Intellectual Capital*, 7(4), 529-548.
- Sangiorgi, D. y Siboni, B. (2017). The disclosure of intellectual capital in Italian universities. *Journal of Intellectual Capital*, 18(2), 354-372.
- Tejedo, F. y Alfaro, E. (2014). Asociación entre las características empresariales y la divulgación sobre capital intelectual: Un estudio de las empresas del Ibex 35. *Estudios de Economía Aplicada*, 32(1), pp. 371-398.
- Ulum, I., Putri, K. I., Syam, D., Malik, N., y Suprapti, E. (2022). Intellectual capital disclosure: Study on university website. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 19(4), 336-349.



Esta obra está bajo una licencia de
Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional