

TRIBUNAS DE OPINIÓN

Olga Rivera

La gestión del conocimiento en el mundo académico: ¿cómo es la Universidad de la era del conocimiento?

Urbano Medina • Ana L. González • Alicia Correa

Centrales de Balances y otras bases de datos financieros

Ricardo Rodríguez

Contabilidad de gestión agraria: la gran olvidada

Juan M. de la Fuente

Grupos estratégicos ¿causalidad o casualidad?

Fernando Martín Lamouroux

El horizonte espacial de la historia de la contabilidad

Congresos organizados por AECA en el año 2000

Congreso Internacional sobre "Gestión Financiera del Sector Público: Federalismo Fiscal y Descentralización"

8th World Congress of Accounting Historians

I Encuentro Iberoamericano

VII Jornadas AECA de Contabilidad de Gestión

Montserrat Casanovas • Alfonso Fernández

El estado de flujos de tesorería en la incertidumbre. Estudio de dos casos

Francisco J. Chico

El cierre contable del Presupuesto de Gastos del Estado

Manuel Botija • Sergio Sanmartín

Fondos de inversión éticos: experiencias internacionales y situación en España

Manuel P. Rodríguez

Marco conceptual de AECA: análisis de las características cualitativas de la información financiera

M^a Antonia Moro

La contabilidad de gestión al servicio de la relación de agencia

HABLAMOS CON...

Congreso Mundial de Historia de la Contabilidad

Entrevista a **Esteban Hernández Esteve**, presidente de la Comisión de Historia de la Contabilidad de AECA y del Comité Organizador del 8th World Congress of Accounting Historians

51

Asociación
Española de
Contabilidad y
Administración
de Empresas

Actividades AECA

Comisiones de Estudio

AECA en Internet

Práctica Contable

Reuniones Profesionales

Calendario de Formación

Noticias

Publicaciones AECA

Otras Publicaciones

Asociados

Staff

Junta Directiva de AECA

PRESIDENTE

José Barea Tejeiro

VICEPRESIDENTE 1º

Leandro Cañibano Calvo

VICEPRESIDENTE 2º

Rafael Muñoz Ramírez

SECRETARIO GENERAL

Eduardo Bueno Campos

VICESECRETARIO GENERAL

Jesús Lizcano Alvarez

TESORERO

Enrique Campos Pedraja

CONTADOR

José Luis López Combarros

BIBLIOTECARIO

Raúl Oscar Yebra Cemborain

CONSEJEROS

Ignacio Casanovas Parella

Begoña Giner Inchausti

Esteban Hernández Esteve

Ricardo de Jorge Asensi

Rafael López Mera

Joaquina Laffarga Briones

Miguel Martín Fernández

José Ignacio Martínez Churriague

Jaime Pou Díaz

Enrique Ribas Mirangels

José Rivero Romero

Pedro Rivero Torre

Francisco Rodríguez Pérez

José María Valdecantos Bengoechea

Manuel Vela Pastor

Director Gerente de AECA

José Luis Lizcano Alvarez

Maquetación

ARÉS estudio gráfico

Tel. 91 501 97 52 - Fax 91 501 40 56

Impresión

Ortega Ediciones Gráficas

Avda. Valdelaparra, 35 - Tel. 91 661 78 58

28108 Alcobendas (Madrid)

Depósito Legal: M. 17107-1987

ISSN: 1136 - 1069

Tirada: 4.500 ejemplares

PUBLICIDAD Y SUSCRIPCIONES

AECA - Srta. Felicidad Jiménez

Tel.: 91 547 37 56 · Fax 91 541 34 84

REDACCION BOLETIN AECA

AECA

Alberto Aguilera, 31-5º · 28015 Madrid

e-mail: info@aeca.es

Tel.: 91 547 37 56 · Fax 91 541 34 84

La Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) promueve y contribuye activamente al desarrollo de estudios e investigaciones en el campo de las ciencias empresariales, con el fin de mejorar las técnicas de gestión y los niveles de información de la empresa.

"Boletín AECA" es la revista publicada por la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.

© Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. 1999



Asociación
Española
de Contabilidad
y Administración
de Empresas

DECLARADA DE UTILIDAD PUBLICA

Alberto Aguilera, 31-5º · 28015 Madrid

Tels.: 91 547 44 65/559 12 27/547 37 56

Fax: 91 541 34 84

e-mail: info@aeca.es http://www.aeca.es

Sumario



Las opiniones expresadas en las colaboraciones firmadas no se corresponden, necesariamente, con los puntos de vista de la Asociación.

La revista "Boletín AECA" admite colaboraciones de todos los asociados.

Boletín 51

Dic. '99-Marzo '00

Tribunas de Opinión

2 La gestión del conocimiento en el mundo académico: ¿cómo es la Universidad de la era del conocimiento?

Olga Rivera

20 Centrales de Balances y otras bases de datos financieros

Urbano Medina
Ana L. González
Alicia Correa

31 Contabilidad de gestión agraria: la gran olvidada

Ricardo Rodríguez

42 Grupos estratégicos ¿causalidad o casualidad?

Juan M. de la Fuente

48 El horizonte espacial de la historia de la contabilidad

Fernando Martín Lamouroux

56 El estado de flujos de tesorería en la incertidumbre. Estudio de dos casos

Montserrat Casanovas
Alfonso Fernández

67 El cierre contable del Presupuesto de Gastos del Estado

Francisco J. Chico

77 Fondos de inversión éticos: experiencias internacionales y situación en España

Manuel Botija
Sergio Sanmartín

88 Marco conceptual de AECA: análisis de las características cualitativas de la información financiera

Manuel P. Rodríguez

97 La contabilidad de gestión al servicio de la relación de agencia

Mª Antonia Moro

Hablamos con...

36 Congreso Mundial de Historia de la Contabilidad

Entrevista a *Esteban Hernández Esteve*, presidente de la Comisión de Historia de la Contabilidad de AECA y del Comité Organizador del 8th World Congress of Accounting Historians

Congresos organizados por AECA en el año 2000

Congreso Internacional sobre "Gestión Financiera del Sector Público: Federalismo Fiscal y Descentralización" **8**

8th World Congress of Accounting Historians **11**

I Encuentro Iberoamericano
VII Jornadas AECA de Contabilidad de Gestión **13**

8 Actividades AECA

26 Comisiones de Estudio

52 AECA en Internet

72 Práctica Contable

84 Reuniones Profesionales

86 Calendario de Formación

93 Noticias

100 Publicaciones AECA

103 Otras Publicaciones

116 Asociados

La Nueva Economía y AECA

Es difícil encontrar entre el gran número de publicaciones periódicas sobre empresa y economía existentes en la actualidad una que no tenga sección fija o referencia a la denominada *nueva economía*. El avance tecnológico y el desarrollo de nuevos sistemas de comunicación hacen posible que la información fluya sin limitaciones de tiempo ni espacio. Las transacciones comerciales se producen en unas condiciones que jamás antes hubieran podido imaginarse. De los mercados locales las empresas han pasado directamente a poder operar en el mercado mundial. Evidentemente esto rompe determinadas barreras de entrada, pero a su vez ofrece posibilidades ilimitadas. Una pequeña empresa, de una pequeña localidad, puede permitirse la arrogancia de considerarse cliente suyo a cualquier ciudadano del mundo.

Internet es la nueva plataforma sobre la que se producirán los avances más espectaculares de la economía en el siglo XXI. La empresa no puede quedarse al margen de esta revolución digital que va a penalizar a todas aquellas organizaciones que demoren su incorporación a la nueva manera de hacer negocios. La economía de la red y las telecomunicaciones desplazará irremediabilmente (ya lo está haciendo) a la economía tradicional. La adaptación de la empresa a su nuevo entorno requiere, antes que otra cosa, un

cambio de mentalidad, que en ocasiones puede resultar un escollo de difícil superación. Paradójicamente, las personas son el elemento que añade más valor en una economía computerizada que desvela con suma facilidad la falta de imaginación y competitividad de un producto o servicio. El cliente, más que nunca, tiene gran cantidad de información a su alcance, algo que le facilita tomar decisiones con seguridad e independencia.

Desde enero de 1995, fecha de la circular de AECA a todos sus socios sobre la implantación de un ambicioso sistema de información a través de las telecomunicaciones -por aquel entonces Internet era aún algo por introducir de forma generalizada en el tejido empresarial español- la Asociación ha venido acentuando su presencia en el mundo virtual. La sección *AECA en Internet* de este Boletín viene recogiendo los avances progresivos conseguidos en este área dedicada principalmente a ofrecer nuevos servicios de información a los socios. INFOAECA con sus Bases de Datos y Noticieros sobre *Economía y Empresa* y *Contabilidad y Auditoría*, y LISTA DE CORREO, informativo electrónico quincenal con las novedades de la actividad de la Asociación y del entorno, son dos ejemplos ilustrativos del propósito claro de aprovechar las nuevas herramientas virtuales. La WEB de AECA, con una media de 200 visitas diarias, ha

recibido, hasta la fecha, a cerca de 100.000 internautas que generan un creciente volumen de recursos. Las comunicaciones recibidas a través de Internet superan ya con creces a las que se reciben por medio del correo convencional o por el teléfono.

La presencia en Internet ha potenciado otras áreas de actividad de AECA como la organización de congresos y reuniones, especialmente en años como el presente en el que se van a desarrollar tres congresos internacionales y otras tres reuniones profesionales de ámbito nacional, según se describe en la sección *Actividades AECA*. El intercambio de información y opinión, algo sustancial en la actividad de las Comisiones de Estudio, también ha encontrado en el correo electrónico un recurso imprescindible, económico y eficaz.

El compromiso de AECA con la utilización de todos los avances tecnológicos a su alcance, al objeto de cumplir su misión, garantiza a sus miembros ventajas importantes y cercanía a las fuentes y canales de información más versátiles y eficaces. Así mismo, la puesta en marcha de instrumentos de transacción comercial electrónica (*e-commerce*), prevista para los próximos meses, ofrecerá a AECA interesantes posibilidades de servicio y desarrollo ■

José Luis Lizcano
Director Gerente de AECA

Este artículo, más que un foro de opinión, pretende convertirse en un foro de reflexión acerca de cómo puede afectar la Gestión del Conocimiento a la forma de entender -y por

lo tanto de valorar- la aportación básica del mundo académico y, de forma más específica, de su faceta docente a esta nueva era post-industrial basada en el conocimiento.

La gestión del conocimiento en el mundo académico: ¿cómo es la Universidad de la era del conocimiento?

por Olga Rivera*

La Gestión del Conocimiento -como disciplina específica de gestión- está teniendo un desarrollo fulgurante en los últimos años, dando respuesta a la pérdida de relevancia de los factores clásicos de competitividad frente a factores intangibles, como lo es el conocimiento. Sus principales objetivos son los de contribuir a comprender cómo se pueden conseguir organizaciones más competitivas y adaptables, así como crear procesos y mecanismos de gestión que permitan acelerar los procesos de aprendizaje, la creación, adaptación y difusión del conocimiento entre organización y entorno, y a la vez dentro de cada organización. Hoy en día, ¡quién no suscribe que el conocimiento y la capacidad de aprendizaje es la única fuente de ventaja competitiva sostenible! ... afirmación que hace tan sólo cinco años resultaba revolucionaria en su planteamiento.

Son ya muchos los artículos, libros y experiencias que desarrollan la gestión del conocimiento en las organizaciones empresariales.

Mi intención hoy es poner el énfasis en la institución a la que pertenezco, la universitaria, y compartir con todos los lectores de este artículo algunas experiencias, retos y preocupaciones que nos afectan a todos. Este artículo, más que un foro de opinión, pretende convertirse en un foro de reflexión acerca de cómo puede afectar la Gestión del Conocimiento a la forma de entender -y por lo tanto de valorar- la aportación básica del mundo académico, y de forma más específica, de su faceta docente a esta nueva era post-industrial basada en el conocimiento.

El papel cambiante del mundo académico en la cadena del conocimiento

El desarrollo de la Gestión del Conocimiento, está aglutinando en todo el mundo a agentes del mundo académico, de la consultoría, del mundo empresarial y de las Administraciones Públicas, como no cabría menos de esperar en un momento histórico como el actual, en el que la

cadena del conocimiento -comprendida como un proceso secuencial de creación, modelización, difusión y aplicación de conocimiento- presenta una interrelación cada vez mayor entre quienes son los agentes básicos de cada etapa (ver Tabla 1).

Desde este punto de vista, la Gestión del Conocimiento -como un área del conocimiento específica- es un exponente significativo de la forma en la que está operando la cadena del conocimiento en los albores del siglo XXI, del papel que están adoptando para ello los distintos agentes y del peso relativo que va a jugar el mundo académico en este proceso. Las principales enseñanzas que podemos extraer de la forma en que ha evolucionado este proceso son las siguientes:

- las etapas de la cadena del conocimiento se producen prácticamente de forma simultánea: no se espera a que el conocimiento esté totalmente creado y modelizado para aplicarlo y difundirlo.

Tabla 1 - Las etapas de la cadena del conocimiento y sus agentes

	Creación	Modelización Adaptación	Difusión	Aplicación
Universidades	
Consultorías	
Medios de comunicación			
Administración Pública	
Asociaciones		
Empresas

Fuente: Arbonies, Landeta y Rivera (1999)

Por el contrario, la permanente aplicación y contraste de los avances teóricos que se van dando, permite centrar los sucesivos pasos del desarrollo teórico-conceptual en el área. En el Cluster del Conocimiento en Gestión, hemos denominado a este efecto "el paso de una perspectiva lineal a una perspectiva circular de la cadena del conocimiento".

La Gestión del Conocimiento ha tenido un desarrollo espectacular en los últimos 10 años: en este tiempo se han desarrollado nuevos avances conceptuales, se han sistematizado los anteriores, se han creado mecanismos de evaluación y control y existe una amplia muestra de experiencias de organizaciones muy diversas que ilustran su desarrollo.

Comparemos este proceso con otros -yo suelo utilizar el desarrollo del modelo analítico de las 5 fuerzas de M.E. Porter, que necesita remontarse a los primeros estudios de Economía Industrial, y por

lo tanto a comienzos de siglo, para ser plenamente desarrollado y comprendido- y captaremos el proceso de aceleración y simultaneidad que se ha ido produciendo en la duración de las etapas de la cadena del conocimiento.

Las implicaciones de esta nueva perspectiva sobre el papel que van a cumplir los distintos agentes de la cadena del conocimiento son claras: los agentes que en una perspectiva tradicional eran meros adaptadores (las empresas), se convierten también en agentes activos de las fases de creación y modelización. Esto implica así mismo que el mundo académico pierde la exclusividad en la fase de creación y modelización del conocimiento, hecho que conlleva implicaciones de enorme trascendencia.

- El mundo académico pierde peso relativo en las etapas de la cadena del conocimiento consustanciales al mismo: la creación y difusión del conocimiento. Expresémoslo gráficamente con un dato signifi-

cativo: del total de información sobre Gestión del Conocimiento que circula en la World Wide Web (WWW) con carácter no comercial, tan sólo el 11% está generada por instituciones educativas, incrementándose al 18% este porcentaje si consideramos adicionalmente organizaciones.

Esta situación se debe a que, desde una perspectiva tradicional, las etapas de creación y difusión estaban dominadas por la Academia. La perspectiva tradicional iba unida a organizaciones empresariales diseñadas para la estabilidad y la búsqueda de la máxima eficiencia, lo cual hacía que los cambios no fueran bien vistos ni mucho menos promovidos hasta que los resultados que se pudiera esperar de ellos no estuvieran contrastados.

La perspectiva actual es radicalmente distinta. Estamos ante un cambio de paradigma de tal magnitud que las empresas son conscientes de que necesitan cambiar: el problema hoy es que no se sabe cómo y por ello, la presión para generar nuevos modelos conceptuales es mayor hoy para las empresas que para la universidad, apareciendo además la experimentación como una opción razonable.

- Los agentes con problemas que resolver son quienes adoptan un papel más activo en el desarrollo del conocimiento que pueda ayudarles a resolverlo: además, con ello determinan la velocidad y di-

rección que va a adoptar el proceso y los agentes que van a colaborar en resolverlo. Quienes pueden acabar guiando el proceso de creación y difusión del conocimiento pueden ser organizaciones no ligadas al mundo académico, aunque éste acabe participando para sistematizar procedimientos, metodologías y resultados, y para utilizar canales de difusión específicos del conocimiento, entre otros, acciones formativas.

El hecho de que la Gestión del Conocimiento haya respondido sobre todo a una preocupación de las empresas, y se haya enfocado por ello a la búsqueda de elementos que permitan su evaluación e implantación efectiva en la empresa, es lo que hace que las instituciones universitarias de administración y dirección de empresas estén ganando peso específico frente a otras alternativas académicas, en su desarrollo y difusión, seguidas a distancia por las instituciones de tecnologías de la información.

Así, de las 12 instituciones universitarias de EEUU que ofrecen programas educativos certificados sobre Gestión del Conocimiento, en 7 de ellas los programas educativos están ligados a las escuelas de negocios y gestión, en otros 2 casos a tecnologías de la información, y en los 3 restantes están ofertados por centros de carácter multidisciplinar, con participación de una o varias empresas y dependientes de la Universidad.

El panorama que he presentado hasta el momento es agrídulce. En la Era del Conocimiento

“La Gestión del Conocimiento es algo sobre lo que la Universidad investiga, diseña cursos y acciones formativas, pero hasta el momento no la aplica para gestionar y mejorar su actuación. La Universidad del siglo XXI se va a construir sobre esa teoría que estamos desarrollando. La agenda pendiente está precisamente en comenzar a aplicar parte de lo que enseñamos para encontrar las claves competitivas de nuestras instituciones en el futuro”

instituciones como la universitaria -que tienen como misión precisamente la de crear y difundir conocimiento- deberían ver aumentado su protagonismo y su relevancia. Los datos que acabamos de analizar, sin embargo, no nos muestran eso. Y por ello creo que constituyen un buen punto de partida para hacer una reflexión acerca del papel que las universidades vamos a cubrir en el futuro, y dónde va a estar nuestra aportación fundamental a la cadena del conocimiento.

Yo estoy convencida de que si la Universidad no existiera, habría que inventarla, porque las actividades que realizamos han sido y son imprescindibles, más en un momento como el actual. La cuestión es ¿nos inventaríamos de la forma en que somos ahora?

Inventando la Universidad del siglo XXI

La pérdida de exclusividad en la realización de las funciones típicamente universitarias hasta el momento no es un ejemplo aislado de nuestro sector de actividad. Evans y Wurster (2000) en su obra *Blow to Bits* -que está llamada a ser enormemente influyente en la conceptualización de los cambios que están transformando las posibilidades estratégicas y las fuentes de competitividad de muchos de nuestros sectores de actividad- denominan “desconstrucción” a ese proceso de aparición de nuevos agentes, con lógicas diferentes y normas competitivas distintas. Este proceso puede acabar desmantelando las estructuras tradicionales de esos sectores y favoreciendo la emergencia de estructuras nuevas. El estudio de si éste es el caso del sector de la enseñanza universitaria, requeriría un análisis más profundo que el que permite estas líneas, y que espero poder abordar en el futuro.

Sin embargo, aún cuando el proceso de “desconstrucción” no adquiera tintes dramáticos, las organizaciones que operan en sectores donde los nuevos entrantes cambian su lógica de funcionamiento, deben replantearse dónde pueden mantener su ventaja competitiva y cómo pueden adaptarla a la nueva situación.

Utilizar los conceptos básicos de la Gestión del Conocimiento, y aplicarlos al mundo académico, puede ayudarnos en esta tarea. Sin embargo, en este camino, una de las primeras sorpresas es la escasa presencia de la Universidad en la presentación de experiencias propias de Gestión del Conocimiento (véase Tabla 2).

Tabla 2 - Experiencias de aplicación de la Gestión del Conocimiento presentadas en España

Foro/Congreso	Experiencias de Empresas	Experiencias de Consultorías	Experiencias de Universidades y Mundo Académico	Experiencias de Administraciones Públicas
Club Intellect-Euroforum (Publicación de experiencias en España)	5	-	-	5
Congreso KM 2000	11	1	-	2
Congreso GC 2000	12	2	-	1

Fuente: Elaboración propia

Aunque el cuadro anterior presenta la situación en España, ésta es semejante a lo que ocurre en otros lugares del mundo. De las 40 experiencias internacionales sobre Gestión del Conocimiento que recoge Karl-Erik Sveiby en su página WEB, sólo 1 se refiere a una institución universitaria, y se centra en la construcción de bases de datos documentales.

Por ello, en las siguientes líneas voy a intentar abordar desde una perspectiva puramente personal -aunque apoyada en las experiencias y reflexiones de múltiples autores y organizaciones- el reto de imaginar el futuro de la institución universitaria, aplicando conceptos básicos del campo de la Gestión del Conocimiento. Espero que este foro de opinión, se convierta rápidamente en un foro de debate que nos permita avanzar y progresar en este camino de forma conjunta.

- En el aula del siglo XXI se facilita el aprendizaje integral (y no sólo del conceptual). La Universidad ha sido durante muchos años la mejor forma de estructurar el conocimiento -existente y en fase de creación- así como de transmitirlo a través de la actividad docente.

Sin embargo, el acceso al conocimiento, a la información y a los datos es cada vez más fácil sin necesidad de pasar por la Universidad.

Por otra parte, cada vez se considera menos relevante la adquisición de conocimientos en sí misma -dada su rápida evolución y superación- y más importante el desarrollo de habilidades personales, entre las que cabría citar la capacidad de "aprender a aprender" de los individuos.

Sin duda esto va a transformar la forma en la que se concibe la formación, los objetivos pedagógicos que se es-

“Cada vez se considera menos relevante la adquisición de conocimientos en sí misma -dada su rápida evolución y superación- y más importante el desarrollo de habilidades personales, entre las que cabría citar la capacidad de «aprender a aprender» de los individuos”

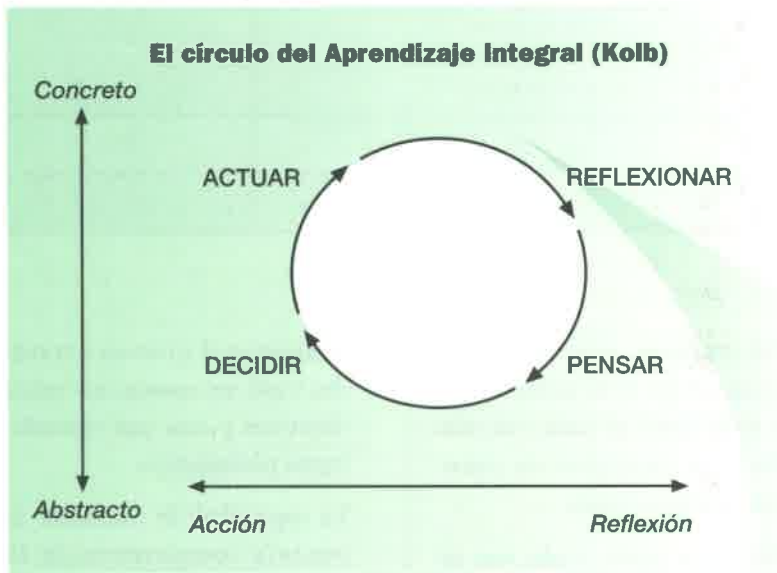
tablecen y el proceso a través del cuál se consiguen estos objetivos y con qué metodologías pedagógicas.

La capacidad de mantener la ventaja competitiva de la Universidad va a depender de lo hábil que sea explicitando su conocimiento tácito sobre la coherencia que debe mediar en el proceso de definición de los objetivos formativos y los medios pedagógicos necesarios en su área de conocimiento respectiva.

Así mismo, va a tener que hacer un esfuerzo adicional en incorporar objetivos de desarrollo de habilidades y actitudes, transformando las metodologías pedagógicas para poder desarrollarlos e incorporando las nuevas tecnologías que favorezcan esta función. Y es en este aspecto donde el aula, entendiendo por tal la simultaneidad en el tiempo y espacio (aunque sea virtual) de todos los estudiantes junto con un profesor, va a adquirir su expresión máxima: el profesor facilita la comprensión y aplicación de los conceptos teóricos, ofrece posibilidades de utilización de los mismos para resolver situaciones reales y ordena el diálogo entre los alumnos para acabar

adoptando una decisión y planteando cómo llevarla a la práctica. Con ello se consigue

cubrir el proceso de aprendizaje integral que se representa en el gráfico siguiente:



Los procesos de creación y transformación del conocimiento son ricos y complejos: la Universidad debe elegir dónde situarse.

El esquema de Nonaka y Takeuchi (1995) pone de manifiesto los diferentes mecanismos de creación y transmisión de conocimiento.

Tradicionalmente la Universidad en su proceso de creación de conocimiento se ha concentrado en los procesos de Combinación y, dentro del campo de las ciencias sociales, en el de Externalización.

Por este motivo, la Universidad en su trabajo investiga-

dor debe apostar por los dos mecanismos de conversión en los que va a tener ventaja competitiva, ofreciendo así vías de colaboración a las restantes instituciones.

Sin embargo, en su labor docente, tal como explicábamos en el punto anterior, la ventaja competitiva de la Universidad respecto a otros agentes oferentes, va a residir en la capacidad de aplicar metodologías pedagógicas que favorezcan los procesos de Internalización y Socialización del conocimiento entre los participantes en sus programas formativos.

El Capital Intelectual de las Universidades se mide, se gestiona y consigue ventajas competitivas diferentes en función del peso relativo que adopten sus puntales básicos.

En el gráfico de la página siguiente se pueden observar los principales componentes que podemos distinguir en el Capital Intelectual de una empresa u organización, según el modelo aplicado por el Club Intelect (1998), basado en el Navigator de Skandia (Roos, J.; Roos, G.; Dragonezzi, N.; Edvinsson, L., 1997).

Cada uno de esos componentes, puede ser medido y gestionado para aumentar el valor de la organización o empresa correspondiente. Sin embargo, a efectos de los objetivos de esta exposición, el aspecto sobre el que vale la pena reflexionar es sobre el peso relativo que han tenido estos componentes en la Universidad en el pasado, y sobre cuáles de ellos se va a asentar el valor de las instituciones universitarias en la nueva era del conocimiento.

Las observaciones que se han realizado comparando la Universidad española con la de otros ámbitos, como por ejemplo el de EEUU, sugieren que allí tiene mayor desarrollo el Capital Relacional, como medio de conseguir dar mejores salidas profesionales a los estudiantes de la Universidad, así como de elevar la capacidad de financiación de la investigación en la institución y, con ello, su capacidad de atracción de los mejores profesionales. Esto nos demuestra que entre los distintos componentes del Capital Intelectual se establecen

DE / A	EXPLÍCITO	TÁCITO
EXPLÍCITO	Combinación	Internalización
TÁCITO	Externalización	Socialización