****

**XXX CONFERENCIA ACADÉMICA PERMANENTE**

**DE INVESTIGACIÓN CONTABLE**

Jueves 24 y viernes 25 de octubre 2019

Universidad del Magdalena

Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas

Contaduría Pública

Santa Marta - Colombia

**Título del trabajo:**

**Capitalismo cognitivo y contabilidad de gestión**

**Autor (es):**

**Juan Ignacio Oviedo Pino**[[1]](#footnote-1)

**Viviana Patricia Narváez Castillo**[[2]](#footnote-2)

**Universidad:**

**Universidad del Cauca**

Resumen

La entrada en vigencia de una nueva etapa del capitalismo, que el post-operaismo italiano ha denominado capitalismo cognitivo, en el que tendencialmente el conocimiento se posiciona como hegemónico en la creación de valor empresarial, ha reconfigurado las relaciones productivas, las cuales se extienden más allá de la tradicional fábrica, colocando en tensión las prácticas de la contabilidad de gestión, toda vez que aún arrastran la materialidad y se circunscriben en los entes económicos desconociendo el ascenso de la inmaterialidad, como factor productivo y como característica de las nuevas mercancías, y la reconfiguración del valor a partir del signo fundamentado en la comunicación semiótica del marketing.

Palabras claves: agregación de valor, capitalismo cognitivo, contabilidad de gestión, marketing, producción inmaterial.

Abstract

The entry into force of a new stage of capitalism, that the Italian post-operaismo, has called cognitive capitalism, in that knowledge is positioned as hegemonic in the creation of business value, has reconfigured the productive relations, which extend beyond the traditional factory, placing stress on the practices of management accounting, all the time they still drag the materiality and are circumscribed in entities that are unaware of the rise of immateriality, as a factor of product and as a characteristic of new merchandise , and the reconfiguration The value from the fundamental sign in the semiotic communication of marketing.

Keywords: value aggregation, cognitive capitalism, management accounting, marketing, intangible production.

1. Departamento de Ciencias Contables, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, Universidad del Cauca, Popayán, Colombia, [jioviedo@unicauca.edu.co](mailto:jioviedo@unicauca.edu.co). [↑](#footnote-ref-1)
2. Departamento de Ciencias Contables, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, Universidad del Cauca, Popayán, Colombia, [vnarvaez@unicauca.edu.co](mailto:vnarvaez@unicauca.edu.co). [↑](#footnote-ref-2)