



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA  
CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS DE POSGRADO**

**ESPECIALIDAD EN VALUACIÓN INMOBILIARIA**

**IMPORTANCIA DE LA VALUACIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES EN EL  
MUNDO CONTEMPORÁNEO**

**TESINA QUE PARA OBTENER EL DIPLOMA DE ESPECIALIZACIÓN EN VALUACIÓN  
INMOBILIARIA**

**PRESENTA EL:**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS GERARDO MANUEL ARROYO MORENO**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, D.F**

**ENERO, 2010**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**DIRECTOR DE TESINA:**

**Ing. Eduardo Ramírez Favela**

**SINODALES PROPIETARIOS:**

**Ing. Manuel García Córdova  
Arq. Alfonso Luis Penela Quintanilla**

**SINODALES SUPLENTES:**

**Arq. Mauricio Gutiérrez Armenta  
Ing. Juan Antonio Gómez Velásquez**

<b>INDICE</b>	<b>Pag.</b>
<b>Justificación</b>	5
<b>I.- Introducción</b>	7
Evolución de este pensamiento	7
¿Es esta disciplina un arte o una ciencia?	8
Dudas que el análisis de activos intangibles resolverá	9
¿Quién es el valuador?	11
<b>II.- DEFINICIÓN DEL ACTIVO INTANGIBLE</b>	13
Fenómenos económicos que califican como activos intangibles	14
Fenómenos económicos que no califican como activos intangibles	15
Fenómenos económicos que indican valor en activos intangibles	17
Diferencias entre activos tangibles e intangibles	18
El vínculo entre activos tangibles e intangibles	19
<b>TRES CLASIFICACIONES DE PROPIEDAD</b>	20
Bienes raíces tangibles	21
Bienes personales tangibles	21
Propiedad real intangible	22
Condiciones comunes de los activos intangibles	23
<b>PROPOSITOS PARA VALUAR UN ACTIVO INTANGIBLE</b>	25
<b>III.- CONCEPTOS BASICOS DE VALUACIÓN Y ANALISIS DE DATOS</b>	28
Conceptos básicos	28
Objetivo y propósito de la valuación	28
Selección de las normas de valor	29
<b>ANALISIS DE DATOS</b>	34
Fuentes internas	34
Fuentes externas	35
<b>IV.- PROCESO Y ALCANCES DE LA VALUACIÓN</b>	36
Proceso	36
Modos	37
Enfoque de costos	38
El concepto de obsolescencia en el enfoque de costo	39
Enfoque del mercado	40
Métodos del enfoque de mercado conceptos teóricos	41
Aplicación del enfoque del mercado	42

Enfoque de ingresos	47
<b>V.- IMPORTANCIA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL</b>	<b>49</b>
Establecer una ventaja en la propiedad de activos intangibles en el mercado	50
Proteger las tecnologías y los métodos comerciales.	50
Fomentar la investigación y desarrollo y marcas efectivas	52
Mejorar los rendimientos financieros	52
Reducción de costos	53
Captar nuevo capital por mejoramiento del valor corporativo	53
Perfeccionamiento para una competitividad total	53
Flanquear competidores	54
Explotar nuevas oportunidades de mercado	54
Reducir riesgos	55
Importancia de la valuación	55
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>56</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>58</b>

## **Justificación**

La importancia de los activos intangibles en el mundo moderno es insoslayable, de hecho estos activos son fruto de la creatividad humana y de la investigación científica básica y aplicada, con el fin de crear satisfactores y generar recursos con ellos, en la búsqueda de mercados a nivel global. De hecho la economía de los países desarrollados, ha pasado de factorías con uso intensivo de mano de obra, a lo ahora llamamos economía del conocimiento, sustentada en la innovación tecnológica.

Para elaborar esta tesina, me sustenté en libros e información estadounidense, debido al grado de desarrollo de los Estados Unidos, con el fin de presentar un fundamento teórico del manejo de la valuación de activos intangibles. Dado que en ese país el mundo de los negocios es sumamente maduro, han desarrollado métodos de valuación de negocios para llevar a cabo colocación de acciones, fusiones, adquisiciones, negociación de deuda, etc., en donde los activos intangibles tienen un papel destacado en las transacciones señaladas.

Debo subrayar que en ningún momento tomé en cuenta ni menciono al Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera, A.C., especialmente a las relativas a la valuación de intangibles NIF (Normas de Información Financiera) B7 y NIF B8, ni tampoco pretendo evaluar ni proponer la necesidad de adecuar las normas y costumbres de negocios de los Estados Unidos a la realidad mexicana, debido a la diferencia cultural y a nuestro grado de desarrollo económico.

En base a lo investigado puedo afirmar que si nuestro país no invierte en el desarrollo científico, tecnológico y en la creación de talento humano, jamás saldrá de la trampa del subdesarrollo en el que estamos inmersos.

En este trabajo presento en el primer capítulo, la evolución del concepto de los activos intangibles desde los trabajos del Fraile Tomas de Mercado en el siglo XVI, hasta los economistas más importantes del siglo XX.

En el segundo capítulo presento las definiciones del activo intangible y sus características más relevantes y sus atributos para calificarlo como tal y otras particularidades, que algunos valuadores confunden como intangibles.

En el tercer capítulo presento los conceptos básicos de valuación y análisis de datos en el entorno estadounidense.

El cuarto capítulo presenta los procesos y alcances de la valuación indicando los métodos del costo, mercado e ingresos que todos conocemos, los cuales son protocolos convencionales que todos los valuadores aplicamos.

En el quinto y último capítulo presento la importancia de administrar la Propiedad Intelectual como parte de los activos esenciales de una empresa, mostrando un conjunto de ejemplos para ilustrar como el mundo empresarial moderno esta siendo afectado por la gestión de estos activos. Quiero mencionar que la principal fuente para presentar estos ejemplos fue la revista de la Universidad de Harvard, el Harvard Business Review, artículo denominado "Discovering New Value in Intellectual Property", publicado en el primer bimestre del año 2000. De manera reiterativa debo indicar que es la única fuente que encontré con esta información en varias bibliotecas consultadas, como la de la Universidad de Princeton en línea.

Esta tesina es teórica y no presento ningún ejemplo de valuación, por lo que si desean profundizar en este aspecto es conveniente referirse a la bibliografía presentada al final de este trabajo.

# I.- Introducción

## Evolución De Este Pensamiento

El análisis y la valuación de los activos intangibles han evolucionado a partir de la economía como disciplina académica. Los conceptos teóricos y procedimientos cuantitativos que colectivamente representan la valuación de los activos intangibles, son incuestionablemente aplicaciones derivadas de la microeconomía aplicada.

Ciertamente, el cuerpo colectivo de la teoría de la valuación y práctica, incluyendo la valuación de activos intangibles, puede en última instancia remontarse a la economía clásica de Adam Smith, y su histórico tratado "La Riqueza de las Naciones" que se publicó en 1776. Es necesario mencionar el trabajo de Tomas de Mercado<sup>1</sup> denominado "Suma de Tratos y Contratos", probablemente el primer monetarista de la historia. Por supuesto, el estudio económico de las interrelaciones económicas y comercio mundial, se ha ampliado y perfeccionado a través de los siglos. Sin embargo, las bases teóricas de la moderna práctica de la valuación pueden ser rastreada a través de Adam Smith a los economistas clásicos David Ricardo y Thomas Malthus, y de ellos, a los economistas neoclásicos John Stuart Mill, Leon Walras, Alfred Marshall<sup>2</sup>, e Irving Fisher. De estos estudiosos de la economía, Alfred Marshall, presentó la más completa y convincente polémica de la "teoría del valor" en su calificado texto, "Principios de Economía", publicado en 1890. La teoría económica fue traída a la época actual; y los fundamentos de la teoría de la valuación incrustados dentro de la misma. Se hicieron particularmente evidentes en "La Teoría General del Empleo, Interés y Dinero", la histórica obra publicada en 1936 por John Maynard Keynes. Tampoco hay que olvidar los trabajos de Milton Friedman acerca del monetarismo<sup>3</sup>.

Durante el tiempo que Keynes publicó su respetado texto, "Teoría del Valor", este postulado estaba empezando a ser dividido para su aplicación en diferentes tipos de activos, propiedades, e intereses de negocios. Varios expertos en desarrollo urbano se centraron en el impulso para el análisis de valuación de los bienes raíces. El trabajo de

---

1 Suma de tratos y contratos, Madrid 1579. Este aspecto fue contemplado por Tomas de Mercado de la escuela de Salamanca, (Sevilla. 1523 o 1530; Veracruz, 1575) Eclesiástico y economista español. Autor de Tratos y Contratos entre mercaderes y tratantes (1569), obra ampliada en 1571 con el título Suma de tratos y contratos. Especie de manual de confesores, esta obra contiene una valiosa información sobre las costumbres de los mercaderes de la época y señala la relación entre la circulación de metales preciosos y la subida de los precios. En sus escritos define la Teoría Cuantitativa del Dinero, estudiando el efecto que tenía la importación de metales americanos en los precios de España y Europa. Define brillantemente el Precio Justo o Precio de Mercado

2 Marshall, Alfred nació el 26 de julio de 1842, en Londres, Inglaterra. Murio el 13 de julio de 1924, en Cambridge, Cambridgeshire, economista británico, fue, uno de los fundadores de la economía neoclásica. Fue el primer director del University College de Bristol (1877-81) y profesor en la Universidad de Cambridge (1885-1908), reexaminó y amplió las ideas de los economistas clásicos como "Adam Smith" y "David Ricardo". Su obra más conocida, se denominó "Principios de Economía" (1890), en ella introdujo varios conceptos de gran influencia económica, entre ellos la elasticidad de la demanda, el excedente del consumidor, y la empresa representativa. En sus escritos sobre la teoría del valor propuso el tiempo como un factor en el análisis para conciliar el principio clásico del costo de la producción con la teoría de la utilidad marginal

3 Escuela de pensamiento económico que sostiene que la oferta de dinero es el principal factor determinante de la actividad económica.

muchos de estos expertos fue sintetizado en la primera edición de la “Valuación de los Bienes Raíces”<sup>4</sup>, publicada en 1951, por la entonces “Sociedad de Valuadores de Bienes Raíces”<sup>5</sup>. Un conjunto de economistas financieros se enfocaron en el desarrollo de los trabajos de valuación de negocios y análisis de la seguridad<sup>6</sup>. El clásico ejemplo del desarrollo de esta área de la disciplina es la de Benjamin Graham y David Dodd de “Análisis de la Seguridad”, publicado por primera vez en 1934.

En 1937, James Bonbright (entonces profesor de finanzas en la Universidad de Columbia) publicó “La Valuación de la Propiedad”. Bonbright trató de integrar las teorías del valor de los economistas inmobiliarios con las ideas de los economistas financieros. Reconoció que el elemento común en estas teorías es que el valuador está intentando valorar los derechos de propiedad; o el conjunto de derechos legales y los beneficios económicos relacionados con la propiedad, (a pesar de que propiedad sea real, personal, tangible o intangible).

## **¿Es Esta Disciplina Un Arte O Una Ciencia O Una Técnica?**

¿Es una técnica esotérica o una fórmula secreta la utilizada en la valuación de activos intangibles?, esta pregunta es académica y doctoral, y sin ninguna respuesta propositiva. No obstante, la pregunta se hace con suficiente frecuencia, por lo que debe abordarse.

La valuación de activos intangibles no es una ciencia en el mismo sentido que la química y la física son ciencias. En ellas, hay relaciones físicas que puedan medirse con certeza y precisión. En la química, una relación precisa existe entre presión, volumen y temperatura. En física, la relación precisa entre masa, energía, y velocidad es medible. Estas exactas y repetibles relaciones se basan en las leyes de la naturaleza. No hay leyes universales de origen natural, que se relacionen con la valuación de activos intangibles.

---

4 The Appraisal of Real Estate

5 Society of Real Estate Appraisers

6 Análisis de la Seguridad, elaborado por los profesores Benjamin Graham y David Dodd, de la Universidad de Columbia, sentó las bases intelectuales de lo que luego sería llamado “inversión de valor”. El trabajo fue publicado por primera vez en 1934, luego de las pérdidas sin precedentes en Wall Street. Al resumir las lecciones aprendidas, Graham y Dodd criticaron a Wall Street por su miope enfoque de los ingresos por acción reportados por las empresas, y fueron particularmente duros acerca de la tendencia favorita de los ingresos”. Se alentó a los inversionistas a adoptar un enfoque totalmente diferente para medir el valor bruto de la actividad económica que había detrás de la seguridad. Graham y Dodd enumeran varios ejemplos de la tendencia real del mercado hacia la irracionalidad de ciertos valores aparte de otros más seguros. Vieron esta tendencia como una oportunidad para los entendidos.

Sin embargo, la valuación de activos intangibles es una ciencia en el mismo sentido de que las matemáticas y la economía son ciencias. Estas ciencias aplicadas se basan en relaciones lógicas, normas de orden, coherencia, y protocolos de análisis generalmente aceptados. Sobre la base de estos protocolos, las distintas disciplinas dentro de las matemáticas, tales como álgebra, trigonometría, y cálculo, funcionan de forma eficiente. Basadas en protocolos las diversas disciplinas íntimamente ligadas a la economía tal como dinero, renta, banca, macroeconomía, economía urbana y la valuación de activos intangibles, también funcionan de manera eficiente. Es necesario indicar que de este ejercicio no es posible derivar conceptos de aplicación universal, dado que caso es único, sin embargo se llega a resultados lógicos siguiendo un procedimiento científico.

Algunos valuadores afirman que la disciplina de la valuación es un arte porque la aplicación de la misma requiere habilidad, experiencia, buen juicio, conocimiento, estudio y observación. Es cierto que el éxito de la aplicación de esta disciplina requiere de todos estos atributos. Por supuesto, lo mismo podría decirse de la aplicación con éxito de la química, astro física, astronomía, o cualquier otra ciencia pura reconocida.

Si el debate entre el arte frente a la ciencia debe reconocerse, la respuesta es que la disciplina de la valuación incorpora los mejores elementos del arte y la ciencia, aderezados con la destreza y ética del valuador.

## **Dudas Que El Análisis De Activos Intangibles Resolverá**

Los profesionales que participan en la valuación y el análisis económico de los activos intangibles, rutinariamente mencionan una variedad de preguntas legítimas y complicadas. Estas preguntas son a menudo planteadas por los propietarios de activos intangibles, o por sus asesores contables o legales, por participantes de una transacción, por una transacción financiera, por los abogados y jueces en el contexto de una controversia. Esta tesina está destinada a proporcionar un marco teórico y racional que permita al valuador estudiar y responder a preguntas como las siguientes:

1. ¿Qué es un activo intangible? ¿Cómo identificar un activo intangible? ¿Qué conjunto de atributos necesita tener una propiedad a fin de calificar como un activo intangible?
2. ¿Cuál es el valor de un activo intangible? Esta pregunta, invariablemente lleva a la interrogante: ¿valor para quien? ¿Cuál es el valor de los intangibles para su actual propietario? Es ese valor diferente del valor del intangible para un comprador o licenciatario? ¿Es ese valor diferente del valor de los intangibles en el mercado comercial en genera

3. ¿Qué efecto tendrá un cierto conjunto de circunstancias o acontecimientos sobre el valor de los activos intangibles? ¿Cómo el valor del activo intangible cambiará en respuesta a los cambios en las condiciones del mercado, en un entorno competitivo, en un entorno físico en el que el activo intangible es comercializado, o en el monto de capital, mano de obra, o a la coordinación dedicada al activo intangible?

4. ¿Cómo va a ser el activo intangible cancelado o su valor reducido como resultado de un contrato, o el incumplimiento de otro, o por una infracción, o por una indiscreción, o falta de divulgación, o competencia leal o desleal, o descapitalización, o mala administración, y así sucesivamente?

5. ¿Cómo cambiará el valor del activo intangible durante el tiempo? ¿Va a aumentar o disminuir? ¿Va a cambiar en una lenta y predecible tendencia o cambiará de repente, sobre la base de un evento en particular? ¿Qué eventos causan un cambio en el valor de los activos intangibles? ¿Cuál es la vida esperada del activo intangible? ¿Cómo se mide esa vida? ¿Cuáles son las consecuencias de mayor o menor vida útil remanente del activo intangible?

6. ¿Cómo afecta el valor del activo intangible el de otros activos, propiedades o empresas? ¿Cómo el intangible afecta el valor de otros activos intangibles? ¿De otros activos tangibles? ¿Del total de la empresa, en la que el activo intangible está siendo empleado? ¿El activo intangible afectará el valor de una empresa asociada, de una forma diferente de otra, que podría convertirse en asociada? Si es así, ¿por qué?

7. ¿Debería el activo intangible ser analizado individualmente, o distintamente, como entidad económica? ¿Debería ser analizado como una parte integral de una entidad económica más grande, por ejemplo, como parte concerniente de una empresa en marcha? ¿Cómo y por qué el valor de un activo intangible cambiará entre estos dos escenarios analíticos? ¿Cuál escenario analítico es más apropiado?

8. ¿Cuál es el mayor y mejor uso de los activos intangibles? ¿Cómo se define el mayor y mejor uso? ¿Cómo es identificado? ¿Cómo puede el propietario de un activo intangible o licenciataria lograr el mayor y mejor uso? ¿Qué cantidad de mano de obra, capital, y coordinación son necesarios? ¿Habrá un retorno económico adecuado (o retorno de la inversión) sobre las inversiones necesarias en el trabajo, el capital, y la coordinación?

9. ¿Cuál es una tarifa razonable de licencia, regalías, y pagos por arrendamiento, u otra transferencia de recursos por el alquiler parcial de la rentabilidad de una propiedad por ejemplo, una licencia para utilizar un activo intangible? ¿Es la tasa o tarifa razonable para el licenciante y el licenciario? ¿Es razonable el tipo de tasa y tarifa para diferentes y distintos licenciarios? ¿Será diferente para los distintos usuarios de los intangibles?

10. ¿Cuál es la mejor manera de estructurar la transacción de un arrendamiento o licencia? ¿Cómo términos específicos tales como duración, geografía, limitaciones de uso, limitaciones industriales, compromisos del licenciante, y así sucesivamente, afectan a las tasas u honorarios asociados con el acuerdo? ¿Es la estructura de la propuesta de licencia o arrendamiento justa para ambas partes?

Los valuadores encuentran estas y muchas otras cuestiones normales, durante el análisis de los activos intangibles.

## **¿Quién Es El Valuador?**

La cuestión de qué tipo de profesional es el mejor calificado para valorar los activos intangibles, tiene algunas similitudes con el arte frente a la ciencia presentado anteriormente. Ambas preguntas son frecuentes y fuertemente debatidas. Sin embargo, la respuesta a cualquiera de ellas, en la medida en que haya una respuesta, no ampliará de manera significativa la disciplina de valuación de los activos intangibles.

Contadores, valuadores, economistas, ingenieros, analistas financieros, intermediarios de franquicias, y otros profesionales afirman que sus profesiones son las más relevantes para la valuación y el análisis de los activos intangibles. La verdad es que todas estas profesiones son necesarias en esta disciplina. Ninguna profesión tiene el monopolio sobre el pensamiento lógico y razonamiento analítico. La valuación y análisis de los activos intangibles deben ser considerados una actividad multidisciplinaria. Ninguna calificación profesional o formación académica de una persona, otorga una licencia para la práctica monopólica de la valuación de activos intangibles.

Es evidente que el valuador calificado tiene una comprensión sustentada en varias disciplinas académicas, incluyendo contabilidad, valuación, economía, finanzas, y así sucesivamente. Si bien es esencial el juicio cualitativo, la valuación de activos intangibles

es fundamentalmente un análisis cuantitativo. Por lo tanto, un valuador calificado tendrá bien definidas sus habilidades matemáticas.

De hecho, la valuación de activos intangibles puede requerir de un nivel de habilidades matemáticas más alto, que el valuador de bienes raíces o el valuador de una actividad empresarial. Además del álgebra, el valuador de activos intangibles tiene que ser experto en cálculo y estadística intermedia.

Por último, los valuadores de todos los antecedentes académicos deben entender que su función es interpretar, explicar y cuantificar el mercado para las transacciones de activos intangibles. No es la función del valuador una segunda estimación del mercado. Más bien, es la función del valuador emular al mercado, para apreciar como el mismo responderá a la cuestión de los activos intangibles, si estos activos realmente se exponen y cambian de manos en el mercado.

Con respecto a la valuación de activos intangibles, los valuadores no establecen las condiciones a los agentes económicos para derivar un valor preestablecido por ellos. Los valuadores no elaboran el mercado, a pesar de que puedan estudiar y formarse una opinión del mismo. Los participantes reales en el mercado, son los compradores, vendedores, licenciadores y licenciarios que conforman el mercado de los activos intangibles.

El valuador puede predecir la respuesta más probable del mercado, en el tema de activos intangibles. En otras palabras, en el mercado se erige el valor. El valuador informa el valor después de investigar el mercado.

## II.- DEFINICIÓN DEL ACTIVO INTANGIBLE

Es definido<sup>7</sup> como algo que representa valor, pero no tiene valor intrínseco y no es material. Por el hecho de que carece de materialidad, el activo intangible es difícil de identificar y por lo tanto determinar su valor es arduo, pero ese activo a menudo desempeña un papel vital en el valor de una empresa.

Existen numerosas definiciones de índole jurídica, contable y fiscal relacionadas con el término activo intangible. Sin embargo, estas definiciones persiguen propósitos específicos.

Antes de presentar automáticamente una definición con propósitos generales, el valuador debe realizar una investigación adecuada, para determinar si una definición es apropiada para el propósito específico de análisis ejecutado para un activo intangible, debido a:

1. El propósito y el objetivo de la valuación o análisis económico.
2. La jurisdicción o el lugar en que el activo intangible existe.

El valuador necesita asesoramiento profesional adecuado (por ejemplo, abogados, contadores, etc.) para identificar e interpretar una definición específica del activo intangible.

Para los propósitos de esta tesina, nos centraremos en la definición de las cuestiones que son las más relevantes para el análisis económico y valuación de los activos intangibles. En consecuencia, desde esta perspectiva, hay dos preguntas definitorias que el valuador debe considerar:

1. ¿Qué fenómenos económicos o derechos de propiedad califican como un activo intangible?
2. ¿Qué fenómenos económicos o derechos de propiedad, se manifiestan o son indicativos del valor de un activo intangible?

---

<sup>7</sup> Business Valuation Strategies

## Fenómenos Económicos Que Califican Como Activos Intangibles

Para que un activo intangible exista, debe poseer por lo general una serie de características o atributos. Algunos de los más importantes para calificar como activo intangible son los siguientes<sup>8</sup>:

1. Deben ser objeto de identificación específica y descripción reconocible. Lo más importante para identificarlo es que se trata de un activo no monetario, sin sustancia física y por tanto sin estructura material y sin aporte de contribución física a la producción u operación de la entidad, capaz de generar beneficios económicos controlados, identificados y cuantificados mediante supuestos razonables y sustentables, activos para los cuales el acceso a los beneficios esperados puede ser restringido a otros agentes económicos.
2. Deben ser objeto de existencia y protección legal.
3. Deben ser objeto del derecho de propiedad privada, y esta debe ser legalmente transferible.
4. Debe haber algunas evidencias tangibles o manifestaciones de la existencia del activo intangible, (por ejemplo, un contrato, una licencia, un documento de registro, un disco de datos, una lista de clientes, un conjunto de estados financieros, etc.).
5. Deben haber sido creados o entrado en existencia en un tiempo reconocible, o como consecuencia de un evento identificable.
6. Deben estar sujetos a ser cancelados o terminar su existencia en un tiempo determinable, o como resultado de un evento reconocible.

En otras palabras, debe haber un fajo de derechos legales de propiedad asociado a la existencia de cualquier activo intangible.

Asimismo, el propietario de un activo intangible está sujeto a las mismas obligaciones y responsabilidades como cualquier otro propietario. Por ejemplo, el propietario de un activo intangible puede ser objeto de gravamen por las autoridades fiscales. Además, el propietario de un activo intangible debe ser legalmente responsable,

---

<sup>8</sup> Valuing intangible assets

por los daños causados a terceros por el activo intangible.

Uno de los más elementales derechos a la propiedad a la que está sujeta la propiedad privada es su característica de disposición<sup>9</sup>. Este atributo también se aplica a los activos intangibles. Con el fin de que tenga existencia económica, el activo intangible debe ser objeto de disposición, y que la propiedad privada pueda ser transferida a un nuevo propietario. El hecho de que una propiedad se pueda vender es indicativo de su valor económico, no de su existencia económica.

## **Fenómenos Económicos Que No Califican Como Activos Intangibles**

Los fenómenos económicos que no cumplan con los atributos y pruebas descritas en el apartado anterior no pueden identificarse como activos intangibles. Esto no significa que estos fenómenos económicos no existan. Simplemente significa que estos fenómenos no son activos intangibles.

Muchos de los fenómenos económicos son en naturaleza, meramente descriptivos o explicativos. Estos fenómenos pueden describir las condiciones que contribuyen a la existencia y al valor e identificación de los activos intangibles. Estos factores o condiciones pueden contribuir significativamente al concepto de empresa en marcha, en la que activos intangibles existen. Pero tales fenómenos no tienen los elementos precisos para ser vistos en sí mismos, como activos intangibles.

Se trata de una importante distinción analítica y jurídica. Lamentablemente, muchos valuadores han confundido históricamente activos intangibles con "factores", "elementos", "influencias" o "condiciones" intangibles". Asimismo, algunos tribunales no han distinguido entre los activos intangibles y las influencias o factores intangibles. De hecho, las influencias o factores intangibles influyen en el valor de los activos intangibles, pero ellos no son en sí mismos activos intangibles.

Estos fenómenos descriptivos de índole económica que no califican como activos intangibles, pero que deben considerarse factores o influencias intangibles incluyen:

### **1. Participación del mercado.**

---

<sup>9</sup> Derecho del propietario para transmitir la propiedad.

2. Alta rentabilidad.
3. Falta de regulación.
4. Posición protegida por regulación.
5. Posición monopólica (o restricciones para entrar al mercado).
6. Potencial de mercado.
7. Relaciones gubernamentales.
8. Carisma.
9. Prestigio y longevidad.
10. Ventaja competitiva.
11. Estado del ciclo de vida.
12. Singularidad.
13. Descuentos en precios.
14. Liquidez (o iliquidez).
15. Control accionario (o falta de control).

Estos factores o influencias intangibles no califican como activos intangibles porque carecen de uno o más de los atributos necesarios. Por ejemplo, estos factores o influencias intangibles no pueden ser transferibles, o no pueden ser sujetos de propiedad privada, o no pueden ser legalmente reconocidos y legalmente protegidos, o puede no haber pruebas tangibles de su existencia.

Sin embargo, aunque estas condiciones o influencias descriptivas no califican como activos intangibles, pueden indicar que los activos intangibles sí existen, tienen un valor económico. Por ejemplo, estas condiciones o influencias descriptivas pueden indicar la presencia y la alta contribución al valor del crédito mercantil<sup>10</sup>, que si es un intangible, en cuanto que es transferible.

En cualquier caso, los factores o influencias intangibles pueden ser importantes contribuyentes al valor de los activos intangibles. Asimismo, pueden aumentar el valor de los mismos. De hecho, pueden tener un valor. Por ejemplo, existe un valor en la alta rentabilidad (en comparación con la baja rentabilidad), hay un valor en el potencial de mercado (en comparación con ningún potencial de mercado), y existe un valor de liquidez (en comparación con el de iliquidez). Sin embargo, estos factores o influencias intangibles no son objetos de propiedad por sí mismos, el valor se acumula a los bienes a los que estos factores influyen o están relacionados. Esa propiedad puede ser un activo intangible, un activo tangible, un negocio, o los valores de una empresa.

El entorno y la perspectiva económica de un país no son intangibles en cuanto que no pertenecen a alguien en particular, pero lo que sí es propiedad de una empresa es la capacidad de su organización para aprovechar las oportunidades que ofrecen el entorno y la perspectiva económica, organización que incluye, ciertamente, activos humanos y materiales pero, lo más importante para aprovechar las oportunidades, son estrategia y dirección, y esos activos si son propiedad de la empresa y también son transferibles, por lo

---

<sup>10</sup> También conocido como guante, cantidad pagada al comprar un negocio.

que también son intangibles.

## **Fenómenos Económicos Que Indican Valor En Activos Intangibles**

Es posible para un activo intangible tener existencia económica y no tener los atributos necesarios con el fin de tener valor económico. Para que un activo intangible tenga valor cuantificable, a partir de un análisis económico o bajo la perspectiva de una valuación, debe poseer ciertos atributos o características, en adición de las que indican la existencia legal del intangible. Algunos de los atributos o características adicionales que indican un valor económico cuantificable, se describen en los párrafos siguientes:

Primero, para que un intangible tenga un valor económico, debe generar cantidades cuantificables de beneficio económico para su propietario. El beneficio económico para el propietario podrá medirse por un incremento de ingresos o una disminución de costos. El beneficio económico a veces se mide comparando la cantidad de ingresos económicos generados por el activo intangible, a la cantidad de ingresos económicos a disposición del propietario sin la existencia del mismo. El beneficio económico puede ser cuantificado usando cualquier medida de ingresos económicos, incluyendo los ingresos netos (antes o después de impuestos), la utilidad bruta o neta de la operación, el flujo de caja bruto, flujo de caja neto, y así sucesivamente.

Segundo, a fin de que un activo intangible tenga un valor económico, potencialmente deberá mejorar el valor de los otros activos con los que esta relacionado. Los otros activos interconectados con el activo intangible, pueden incluir propiedad personal tangible, fuerza de trabajo capacitada y motivada, bienes raíces, u otros activos intangibles. Por ejemplo, si un activo intangible, se añade a un conjunto de otros activos (tangibles o intangibles), la combinación debe resultar en un incremento de valor.

En otras palabras, el activo intangible debe tener una contribución positiva sobre el valor del ensamble de activos. Esto no quiere decir que la medida de la aportación de valor del intangible, es una indicación de su valor. Más bien, es indicativo de que el activo intangible debe añadir un valor positivo. Por supuesto un mal manejo del activo intangible también puede producir pérdidas.

## Diferencias Entre Activos Tangibles e Intangibles

Con el fin de que el valuador comprenda mejor lo que es un activo intangible, se distinguirán las características de los activos intangibles de las de los activos tangibles un activo tangible en general posee todos los atributos anteriormente descritos con respecto a un activo intangible. Es decir, un activo tangible tiene todos los derechos y privilegios de propiedad. Por ejemplo, forma parte del sistema de propiedad privada y goza de protección jurídica. La propiedad de un bien tangible es legalmente transferible. Los derechos de un activo tangible pueden ser protegidos en un tribunal de justicia.

Además de estos atributos generales de propiedad, un activo tangible posee una o más condiciones que un activo intangible carece, tales como:

1. Un activo tangible debe tener existencia física y forma sustancial, debe ser corpóreo.
2. Un activo tangible debe tener la posibilidad de ser tocado y visto.
3. Un activo tangible debe ser perceptible al tacto.

Sin embargo, un activo intangible puede ser mueble o inmueble; en el segundo caso nos referimos a los atributos de ubicación, ordenamiento y tecnología. Como veremos, estos factores distinguen si el activo intangible está clasificado como propiedad personal o bien raíz.

Ciertamente, también se pueden tocar y ver un contrato, una licencia, un acuerdo de franquicia, un plano, un código de computadora, un diagrama de un semi conductor de computadora, un registro de una marca, un registro de patentes, una copia de derecho de autor, una bitácora de laboratorio, etc. ¿Son todos estos activos tangibles también? La diferencia esencial entre los activos tangibles e intangibles es esta:

Este último grupo forma una lista de activos que son generalmente reconocidas como activos tangibles. Evidentemente, todos podemos conceptualizar las manifestaciones tangibles; la documentación, las formas, los archivos, los dibujos, los discos de datos, las listas, los acuerdos, y así sucesivamente. Estas manifestaciones son táctiles, corporales, y visibles. Estas manifestaciones son elementos esenciales para la creación de valor de los activos intangibles, ya que sin una manifestación tangible, los activos intangibles no existen y, como hemos visto, un activo inexistente no puede tener valor.

1. El valor de un activo tangible es creado por su naturaleza tangible.

2. El valor de un activo intangible es creado por su naturaleza intangible.

Es decir, lo táctil, lo corporal, y los elementos visuales de los activos tangibles les proporcionan valor. ¡El valor de un bien corpóreo fluye de su característica física! y es totalmente dependiente de las mismas. Este no es el marco en absoluto con respecto a los activos intangibles.

En primer lugar, el valor de los activos intangibles emana de los derechos de propiedad asociados con la propiedad misma del activo intangible. Estos derechos comprenden el derecho a explotar, comercializar, vender, arrendar, otorgar bajo licencia, el uso, el no uso, hipotecar, pignorar transferir, y así sucesivamente. Como todos los derechos legales.

En segundo lugar, el valor de los activos intangibles fluye de los factores intangibles o influencias presentadas previamente. Tales factores o influencias tales como; mística, carisma, singularidad, y ventaja competitiva contribuyen al valor del activo intangible. Algunos de los factores e influencias representan el efecto en los activos intangibles, como una elevada rentabilidad, una elevada participación del mercado, y el prestigio y longevidad.

En síntesis, el valor del activo intangible no proviene, y no se acumula en virtud de una hoja de papel impresa, un dibujo, o disco de datos, los cuales pueden ser copiados y reproducidos. Por el contrario, el valor de un activo intangible emana de los derechos de propiedad asociados con su naturaleza intangible y de los factores e influencias que lo afectan.

## **El Vínculo Entre Activos Tangibles e Intangibles**

Los activos tangibles se requieren a menudo con el fin de realizar plenamente el valor (o la capacidad de generación de ingresos) de los activos intangibles. Por ejemplo, debo tener la computadora (un activo tangible) con el fin de explotar los atributos positivos de los programas informáticos (activo intangible). Capital de trabajo (y otros activos monetarios), la maquinaria y equipo son a menudo necesarios para la comercialización de activos intangibles (como las patentes, marcas, derechos de autor, crédito mercantil, etc.)

Esto no significa que los activos intangibles no tengan ningún valor separado y

distinto del valor de los activos tangibles. ¿Como puede ser esto? ¿Como se pueden poseer activos intangibles con valor por sí mismos, y aún requerir el uso o la utilización de los activos tangibles o financieros con el fin de realizar plenamente su valor? La respuesta es que el mismo grupo al que pertenece el activo intangible no necesita de activos tangibles propios, que se utilicen para explotar el valor de los intangibles. De hecho, el propietario de los activos intangibles no necesita poseer ningún otro activo, excepto los intangibles.

Voy a presentar un ejemplo para ilustrar este punto. La firma A es propietaria de un activo intangible (por ejemplo, patentes, marcas, franquicias, fórmula química, etc.). La compañía B es propietaria de los activos tangibles (por ejemplo, una planta productiva y maquinaria y equipo). La organización C puede licenciar los intangibles de la firma A y el arrendamiento de la planta y equipo de la compañía B. En este caso, los activos intangibles tienen un valor representado por el flujo de efectivo por concepto de regalías por la licencia del mismo. El valor de los activos tangibles está representado por el flujo de ingresos del alquiler del equipo y de la planta. El titular del activo intangible (firma A) ha realizado un valor sin poseer los activos tangibles. La organización C ha creado una empresa (y tal vez otros activos intangibles), sin poseer ni el activo intangible y los activos tangibles utilizados en la comercialización del activo intangible. En términos económicos, la organización C ha añadido coordinación (gestión empresarial), pero no capital (es decir, activos tangibles o financieros) a esta hipotética empresa.

En resumen, los activos intangibles tienen un valor distintivo y separado de los activos tangibles, a pesar de que el activo intangible puede (en algún momento en el proceso de comercialización) requerir el uso de activos tangibles, a fin de realizar su valor pleno.

Por ejemplo, un terreno tiene un valor mayor con un edificio construido en el mismo. Esto no significa que el valor total del edificio debe acumularse al de la tierra, o que el valor total de la tierra debe acumularse a la construcción. Ambos activos comparten valor de uno hacia el otro. Esto es, ambos bienes, enriquecen el valor de uno al otro. La misma relación existe entre los activos intangibles y tangibles.

## **TRES CLASIFICACIONES DE PROPIEDAD**

Para llevar a cabo un análisis económico o una valuación, es a menudo necesario distinguir entre los activos tangibles e intangibles, así como entre bienes raíces y bienes personales. Estas distinciones son importantes para un conjunto de actividades de contabilidad, impuestos, aspectos legales y análisis financieros.

De hecho todos los activos o propiedades pertenecen a una de las tres clasificaciones siguientes:

1. Bienes raíces tangibles.
2. Bienes personales tangibles.
3. Propiedad real intangible.

De acuerdo con esta clasificación los activos tangibles pueden ser reales, derivados de la tierra o personales derivados de otra fuente. Así mismo los activos intangibles también pueden ser reales, derivados de la tierra o personales también derivados de otra fuente. Esto es importante para el valuador, dado que dentro de un análisis económico o una valuación, inexorablemente estará el bien sujeto a estudio, dentro de una de estas cuatro categorías.

### **Bienes Raíces Tangibles**

La mayoría de los valuadores tienen un instinto para sentir qué tipo de activos se incluyen en la categoría de bienes raíces. Técnicamente, el Diccionario de Valuadores de Bienes Raíces<sup>11</sup>, los define como: "Parcela física de tierra y anexos a la misma, incluyendo las estructuras y otras mejoras si las hubiere.

### **Bienes Personales Tangibles**

La propiedad personal tangible incluye los bienes muebles, que no son elementos colocados permanentemente, o como parte de un bien inmueble. En consecuencia, la propiedad personal tangible, no está dotada con todos los derechos de los bienes raíces.

---

<sup>11</sup> Real Estate Dictionary. Kim Gibbons, propietario.

La principal característica es su movilidad, a diferencia de la propiedad raíz<sup>12</sup>  
Ejemplos de bienes personales:

Equipos, mobiliario de oficina y máquinas, artículos de almacenamiento, estanterías, luces fluorescentes suspendidas, Herramientas manuales, de potencia, enfriadores de agua, cortinas, electrodomésticos, fregaderos, refrigeradores, combinaciones, gabinetes de pared, Montacargas y monocarriles, luces exteriores de seguridad, y divisiones de oficina modulares.

## **Propiedad Real Intangible**

La propiedad real intangible incluye todos los intereses individuales y beneficios inherentes sobre la propiedad física de bienes raíces. La propiedad real es diferente a los bienes raíces. Bienes raíces es un nombre asociado con los activos tangibles, terrenos, mejoras de los mismos, edificios y construcciones. La propiedad real representa los derechos jurídicos individuales con la propiedad tangible de los bienes inmuebles. Dado que todos los derechos legales son intangibles, la propiedad real es intangible. En esencia, la clasificación de propiedad real incluye todos los derechos intangibles y beneficios asociados con la propiedad de bienes inmuebles.

El diccionario de la Valuación de Bienes Raíces define "propiedad real" de la siguiente manera; Todos los intereses, beneficios y derechos inherentes a la propiedad física de bienes raíces, el hato de derechos con los que la propiedad de los bienes raíces está dotada.

---

<sup>12</sup> La propiedad personal es un tipo de propiedad. En los sistemas de derecho común, la propiedad personal también puede ser llamada bienes muebles. Se distingue de los bienes inmuebles o de bienes raíces. En los sistemas de derecho civil la propiedad personal a menudo se denomina bienes muebles o bienes muebles, bienes que se pueden mover de un lugar a otro. Este término es una distinción entre los bienes muebles de los bienes inmuebles, como terrenos y edificios.

Los bienes personales pueden ser clasificados en una variedad de maneras. La propiedad personal tangible se refiere a cualquier tipo de propiedad que, en general se pueden mover (verbigracia, no unida a los bienes inmuebles o tierras), se tocar o sentir. Esta suele incluir elementos tales como muebles, ropa, joyas, arte, escritos, o enseres domésticos. En algunos casos, puede haber documentos de título formal que muestran los derechos de propiedad y la transferencia de la propiedad después de la muerte de una persona (por ejemplo, los vehículos de motor, barcos, etc.) En muchos casos, sin embargo, la propiedad personal tangible no esta "titulada" a ningún propietario y se presume que cualquier bien que él o ella tenía en su posesión en el momento de su muerte.

Los intereses legales varían, por lo que la propiedad real incluye al "conjunto de derechos" que son inherentes a la propiedad de un bien raíz. Por ejemplo, los derechos de la propiedad real pueden incluir entre otros derechos:

- 1 El derecho a utilizar los bienes inmuebles.
- 2 El derecho de vender los bienes inmuebles.
- 3 El derecho de arrendar los bienes inmuebles.
- 4 El derecho a controlar el acceso a los bienes inmuebles.
- 5 El derecho a la disposición de la propiedad inmobiliaria.
- 6 El derecho de ejercer todos o ninguno de estos derechos.

La diferencia entre bienes raíces y "propiedad real" puede parecer sutil y legalista, especialmente en el análisis de activos intangibles, sin embargo estas distinciones son importantes en la valuación inmobiliaria, hecha para varios propósitos; financiamiento, garantía colateral, quiebra, seguros e impuestos.

La distinción entre bienes raíces, la entidad física tangible, y la propiedad real con su conjunto de derechos, intereses y beneficios inherentes a la propiedad de bienes raíces, es fundamental para la valuación<sup>13</sup>.

## **Condiciones Comunes De Los Activos intangibles**

Si bien en la parte desarrollada de este trabajo se han indicado algunas características de los activos intangibles. En general, los valuadores y los economistas los clasifican individualmente, en varias categorías distintas. Esta clasificación de los activos intangibles se hace para la identificación y clasificación de los mismos. Los activos intangibles son a menudo agrupados en la misma categoría cuando los mismos métodos de valuación se aplican en particular a un grupo de activos. Una clasificación común de los activos intangibles es la siguiente:

1. Relacionados con la comercialización de activos intangibles (por ejemplo, las marcas, nombres comerciales, logotipos).
2. Relacionados con la tecnología de los activos intangibles (por

---

<sup>13</sup> The Appraisal of Real Estate

ejemplo, el proceso de patentes, las solicitudes de patente, documentación técnica, bitácoras de laboratorio, conocimientos técnicos).

3. Artísticas relacionadas con los activos intangibles (por ejemplo, obras literarias y derechos de autor, composiciones, musicales, mapas, grabados).

4. Procesamiento de datos relacionados con los activos intangibles (por ejemplo, propiedad de programas informáticos, registro de programas, bases de datos automatizadas, circuitos integrados).

5. De ingeniería relacionados con los activos intangibles (por ejemplo, diseño industrial, patentes, secretos comerciales, dibujos de ingeniería y esquemas, planos, documentos de propiedad).

6. Clientes relacionados con los activos intangibles (por ejemplo, listas de clientes, contratos, las relaciones con los clientes, órdenes de compra abiertas).

7. Contratos relacionadas con los activos intangibles (por ejemplo, contratos favorables con proveedores, acuerdos de licencia, acuerdos de franquicia, acuerdos de no competencia).

8. Capital humano relacionado con los activos intangibles (por ejemplo, una fuerza de trabajo capacitada y motivada, contratos de empleo, relaciones con los sindicatos).

9. Localización relacionada con los activos intangibles (por ejemplo, bajos arrendamientos, derechos de explotación de minerales, las servidumbres de paso a favor, derechos de agua).

10. Relacionados con el crédito mercantil de los activos intangibles (por ejemplo, el buen crédito institucional, la buena práctica profesional, buena calidad del personal, buen concepto de empresa en marcha).

De hecho, el estudio de los activos intangibles no es una nueva disciplina. La identificación, valuación, y análisis de vida útil restante de los activos intangibles, se trata ampliamente en el texto monumental de referencia, *The Valuation of Property*, de James C. Bonbright, publicado por primera vez en 1937<sup>14</sup>

---

13 El Dr. Bonbright era presidente de la Agencia Estatal de energía del Estado de Nueva York, desde 1937 a 1946. Estuvo en la facultad de la Escuela de Negocios de la Universidad de Columbia desde 1919 hasta 1960, cuando se retiró.

## PROPOSITOS PARA VALUAR UN ACTIVO INTANGIBLE

Los activos intangibles son cada día más reconocidos en el mundo empresarial como algunos de los más importantes y por tanto más valiosos activos de una empresa. Sin embargo, un análisis económico riguroso del valor de estos activos intangibles es rara vez llevado a cabo por los empresarios.

Algunos analistas financieros menos sofisticados, simplemente se refieren al valor económico de los activos intangibles colectivamente como "tecnología", "saber hacer" o "crédito mercantil". Siendo más analíticos sobre las características de los activos intangibles, nos permitirá descubrir muchas razones para conducir una valuación o análisis económico de los activos intangibles.

El mismo activo intangible puede existir en todas partes a la vez, con en una fama enorme, como el activo intangible con el nombre comercial de Coca Cola. Los activos intangibles por su propia naturaleza son móviles. Por ejemplo, Internet mueve activos intangibles (tecnología) en todo el mundo en un abrir y cerrar de ojos. El reto de aislar y proteger la inversión del propietario de un activo intangible o la propiedad intelectual, nunca ha sido más necesaria.

La práctica comercial, jurídica, y razones reglamentarias para llevar a cabo una valuación de activos intangibles son innumerables. Dado el nivel de reconocimiento de las bondades económicas de los activos intangibles en la comunidad mundial de negocios, hay más razones para llevar a cabo un análisis de activos intangibles.

La valuación y los análisis económicos son elaborados para propósitos de una transacción y notación<sup>15</sup> (registro en libros contables). Los clientes confían en los análisis, consejos y opiniones del valuador, para negociar, estructurar y concluir transacciones comerciales. En otras palabras se espera que al final del proceso del acuerdo, haya un cambio de manos de efectivo, o también un registro contable de los activos de la firma.

---

<sup>15</sup> Del lat. *notatio*, -ōnis).

1. f. Acción y efecto de **notar** (ll señalar).

2. f. Escritura musical.

3. f. Sistema de signos convencionales que se adopta para expresar conceptos matemáticos, físicos, químicos, etc. Real Academia Española de la Lengua.

Existen numerosas razones para conducir una valuación o análisis económico de un activo intangible. Habitualmente todas estas razones individuales pueden agruparse en unas pocas categorías generales de las motivaciones del cliente:

1. Fijación de precios y estructuración de transacciones, ya sea para la venta, compra, o licencia de activos intangibles.
2. Financiamiento, aseguramiento colateral y garantías, para el flujo de efectivo basado en activos.
3. Planeación fiscal y acatamiento, con respecto a la deducción de amortización de activos intangibles, abandono, justificación de los donativos, y otros impuestos sobre la renta
4. Información sobre la administración y planeación, incluyendo mejoras en el valor del negocio, identificación de la concesión de licencias y otras oportunidades de comercialización, identificación de otras oportunidades fuera del giro normal.
5. Quiebra y análisis de la organización, incluido el valor de la masa en quiebra, deudores en posesión de financiamiento tradicional, refinanciamiento, reestructuración y la valuación del impacto de las propuestas de planes de reorganización.
6. Apoyo en litigios y resolución de conflictos, incluida la disolución marital, infracciones, fraude, debitos, y una amplia serie de razones relacionadas con incumplimiento de contrato, expropiación, etc.
7. Para estimar el valor de venta de una sociedad mercantil, o la adquisición de un paquete accionario.

Muchas veces, los requerimientos de valuación o análisis económico de un activo intangible o propiedad intelectual son evidentes, porque la valuación es encomendada por disposición legal, resolución administrativa o autoridad regulatoria. Un ejemplo de este tipo de evidencias y motivos para realizar un avalúo, es la transferencia intergeneracional de la propiedad intelectual, tal como el derecho de autor. En muchos casos, el valor de los derechos de autor es estimado para la declaración y devolución del impuesto sobre la renta.

En múltiples ocasiones, aparece la posibilidad de utilizar los resultados de una valuación y el análisis económico de activos intangibles, para fines de planeación fiscal, planeación y transacción de negocios, soporte legal, apoyo para la información administrativa. Un ejemplo de la utilización discrecional de una valuación de activos

intangibles en la estructuración o acuerdo de compra venta de acciones de un socio o accionista, (cuando el precio de los bienes en que se transfiere la propiedad, es una función del valor de los activos intangibles de la entidad.

### **III.- CONCEPTOS BASICOS DE VALUACIÓN Y ANALISIS DE DATOS**

En primer término presentaremos los conceptos básicos de valuación de activos intangibles y en segundo el análisis de datos y otras fuentes de información para llevar a cabo esta tarea.

#### **Conceptos Básicos**

1. Definir el objetivo y de la valuación del activo intangible.
2. Selección de las normas adecuadas de valor.
3. Selección de las premisas adecuadas de valor.
4. Describir el activo intangible sujeto a valuación.
5. Describir el paquete específico de derechos jurídicos sujeto a valuación.
6. Seleccionar la fecha correcta de la valuación.

#### **Objetivo y Propósito De La Valuación**

En el objetivo de la valuación se describe como lo que la valuación pretende hacer. El fin de la valuación debe articular claramente, al menos, los siguientes cuatro aspectos:

1. Los activos intangibles específicos que se valúan.
2. Los derecho de propiedad (o conjunto de derechos legales) en relación con el activo intangible que se valúa.
3. La norma de definición de valor.
4. La fecha del avalúo.

En otras palabras, el objetivo de la valuación describe lo que el ejercicio de la valuación está tratando de alcanzar.

El propósito de la valuación indica a quien se dirige la valuación y las decisiones (en su caso) que serán afectadas por la misma. El propósito de la valuación debe indicar claramente, como mínimo, lo siguiente:

1. ¿Por qué la valuación se está realizando?
2. El posible uso del avalúo.
3. ¿Quién o qué dependerá de la valuación?

El resultado de una valuación para una finalidad, pueden no ser aplicable a otra diferente. Si bien hay un número infinito de valuaciones (es decir, de usos), la mayoría de los propósitos de ellas, se pueden agrupar en una de las siguientes categorías:

1. Fijación y estructuración de precios.
2. Financiamiento, convertir pasivos en valores de bolsa, y garantías colaterales.
3. Planeación fiscal.
4. Información administrativa y planeación estratégica.
5. Análisis de quiebra y reorganización.
6. Apoyo en litigios y resolución de disputas.

## **Selección De Las Normas De Valor**

Uno de los elementos esenciales en la declaración de una valuación objetiva, es la determinación de la norma del valor estimada. Como veremos, un activo intangible puede tener varios valores diferentes. Por lo tanto, es importante que el valuador explique exactamente lo que está presentando, esto es el valor específico del activo intangible que está siendo medido.

La expresión norma<sup>16</sup> de valor puede ser considerada como sinónimo del término definición de valor. Esto significa: ¿Qué tipo de valor está siendo estimado? La norma de valor generalmente, responde a la pregunta; ¿valor para quién? Esta cuestión es particularmente esencial, porque un mismo activo intangible normalmente tiene valores distintos para diferentes grupos.

La descripción del activo intangible nos dice lo que se está valuando. La fecha de la valuación nos dice la fecha en que el activo intangible está valuado. La norma de valor nos dice a quién le interesa el valor estimado.

Algunas de las opciones más comunes de las normas de valor son:

1. Valor justo de mercado<sup>17</sup>: lo que un típico comprador paga a un típico vendedor sin estar bajo ninguna influencia indebida para realizar transacciones. No existe una única definición de valor justo de mercado. Para los activos intangibles el valor justo de mercado se refiere a menudo a una regulación o un contexto basado en un

---

<sup>16</sup> Norma traducción del término inglés "standard"

<sup>17</sup> El precio al que los compradores y vendedores con conocimiento razonable de los hechos pertinentes, y que no actúen bajo cualquier tipo de compulsión están dispuestos a hacer negocios.

litigio. Esto se debe a que en una transacción de un activo intangible, a los participantes no les importa lo que un hipotético vendedor acepta o lo que un hipotético comprador paga. En el mundo real, un comprador consume una transacción con un vendedor, sustentados en sus propios y únicos intereses y criterios. Estos conjuntos de transacciones, representan casi siempre una desviación del valor justo de mercado.

2. Valor justo<sup>18</sup>: Existen varias definiciones relacionadas con esta norma una de ellas es; el monto en el cual un activo puede ser intercambiado entre partes con conocimiento en una transacción independiente,<sup>19</sup> los precios de cotizaciones de las acciones en mercados activos son la mejor evidencia de un valor justo y deben ser utilizadas como base de cálculo, si los hay<sup>20</sup>. Otra interpretación de esta norma es la siguiente El importe que compense a un propietario que fue involuntariamente privado de sus derechos económicos o el usufructo de un activo intangible, cuando no hay ni comprador, ni vendedor. El valor justo es fundamentalmente un concepto jurídico. En consecuencia, existen numerosas definiciones de valor justo que son específicas de las leyes y jurisdicciones territoriales. Hay casos en que el valor justo debe referirse a las transacciones involuntarias. Ejemplos de este tipo de transacciones involuntarias son infracciones, condenas y expropiaciones.

3. Valor de mercado: El precio más probable (o el más plausible) que un activo intangible tenga en un mercado abierto y competitivo, con todas las condiciones necesarias para la venta, incluida la condición de que el comprador y el vendedor están actuando cada uno con prudencia y conocimiento, y asumiendo que el precio no se vea afectado por estímulos indebidos. Si bien el valor justo, no siempre está referido con el mercado, el valor de mercado no siempre es equitativo. Los precios de mercado no siempre son justos para todas las partes implicadas en una transacción (a menos que sea a través del efecto de Adam Smith de la "mano invisible"). No obstante, el valor de mercado es a menudo la mejor estimación del precio de transacción más probable para un activo intangible.

---

<sup>18</sup> El valor razonable se utiliza con frecuencia al realizar la diligencia debida en transacciones corporativas, en particular las sinergias entre las dos partes puede significar que el precio justo entre ellos es mayor que el precio que podrían obtener en un mercado más amplio. Comité de Normas Internacionales de Valuación, 12 Great George Street, Parliament Square, Londres SW1P 3AD, Reino Unido

<sup>19</sup> International Valuation Standards Committee Op. Cit.

<sup>20</sup> Statement of Financial Accounting Standards No. 142

4. Valor de adquisición, Es el precio que un particular concretamente identificado espera pagar por un activo intangible, con una consideración pensada en todos y cada uno de los beneficios exclusivos del mismo. El valor de adquisición suele ser estimado en términos de responder a la pregunta: ¿Qué es lo máximo que un comprador identificado puede darse el lujo de pagar por un activo intangible, dadas sus circunstancias específicas?

5. Valor de uso, El valor de un activo intangible en un particular y específico uso (que puede ser diferente de su uso actual, o del más alto y mejor uso). El valor de uso es generalmente estimado en términos de responder a la pregunta; ¿Cuánto pagaría un comprador por un activo intangible si el mismo puede ser solamente utilizado en un territorio específico? También se entiende como valor de uso el valor presente de los futuros flujos de caja que se espera sean obtenidos de un activo intangible.<sup>21</sup>

6. Valor de la inversión (o valor del inversionista), El valor de un activo intangible dado un conjunto definido en cada uno de los criterios de inversión (verbigracia, tener en cuenta una tasa interna de retorno o el periodo de recuperación de la inversión). Esta norma de valor no necesariamente contempla una transacción de venta. Esta norma de valor puede ser pertinente para responder a las preguntas; ¿Cuál es el valor del activo intangible, si es únicamente para uso comercial en los próximos cinco años?, ¿Cuál es el valor del activo intangible si su propietario exige un 18 por ciento después de impuestos?

7. Valor del propietario, El valor de un activo intangible para su actual propietario, dado que el titular del uso actual del activo intangible tiene la capacidad de explotar comercialmente dicho activo. Esta norma de valor no necesariamente contempla una transacción de ventas en relación al activo intangible. Más bien, la pregunta general responde a un propietario a través de análisis de valor; ¿Cuál es el valor de este activo intangible, habida cuenta de la capacidad del propietario (o incapacidad), dado su o sus fuentes de capital (o la falta de fuentes de capital), dado su planes de comercialización (ya sean brillantes o incompetentes), y así sucesivamente?

En esta norma de valor, el precio del activo intangible en el

---

<sup>21</sup> <sup>21</sup> International Valuation Standards Committee Op. Cit.

mercado no es particularmente relevante, ya que el propietario no tiene intención de vender el intangible. Más bien, en este nivel, el valor es más conveniente para efectos de planeación estratégica del negocio (si el propietario del activo intangible es una empresa), o para propósitos de transferencia del patrimonio familiar o de riqueza intergeneracional, (si el propietario de los activos intangibles es una persona física).

8. Valor asegurable, La cantidad necesaria para reponer un activo intangible con otro de utilidad similar, con su funcionalidad y capacidad de producción de ingresos. Una vez más, esta norma de valor no necesariamente contempla una transacción de mercado. Sin embargo, este nivel de valor es especialmente pertinente para responder a una cuestión comercial muy común: ¿Qué monto es necesario asegurar para proteger los ingresos provenientes de la explotación comercial del activo intangible?

9. Valor de garantía, La cantidad que un acreedor estaría dispuesto a prestar por el activo intangible como garantía para un préstamo. En otras palabras, este nivel de valor comercial común responde a la pregunta; ¿Cuánto se puede pedir prestado teniendo como garantía este activo intangible? La garantía por un activo intangible es a menudo (pero no siempre) un porcentaje de su valor de mercado.

10. Ad valorem, el valor de un activo intangible para efecto de cálculo de impuestos sobre la propiedad. Esto depende de las leyes por aplicar y la ubicación territorial del mismo.

Para seleccionar la norma de valor adecuada es necesario conocer las circunstancias comerciales o la transacción bajo la cual el activo intangible será valuado. Puede ser para venta por lo cual hay que definir el valor de mercado, o para fines de garantía, o bien para adquirir una póliza de seguro. En la mayoría de los casos es conveniente determinar el mayor y mejor uso del activo intangible, el cual es definido como el uso legal razonable del activo intangible, tanto como sea físicamente posible y financieramente factible.

1. Viabilidad jurídica: El mayor y mejor uso deberá ser legal para utilizar el activo intangible o propiedad intelectual. Debe cumplir con la reglamentación, concesión de licencias, comercio justo, publicidad verdadera, y otros requisitos legales.

2. Físicamente posible: El mayor y mejor uso debe ser físicamente posible, habida cuenta de las características físicas, funcionales, tecnológicas y los atributos legales inherentes a la propiedad intelectual.

3. Factibilidad financiera: El mayor y mejor uso debe generar una tasa de retorno adecuada a la inversión.

4. La máxima rentabilidad: De todos los usos alternativos para el activo intangible que sean legalmente permisibles, físicamente posibles, y financieramente asequibles.

Para valorar un activo intangible, este prácticamente será hecho bajo una de las siguientes cuatro premisas de valor:

1. Valor en uso continuo, como una empresa en marcha. En este caso el activo debe ser evaluado como parte de un conjunto de activos tangibles o intangibles, para determinar su contribución de valor.

2. Valor de un proyecto finalizado, que todavía no está en uso de producción o de ingresos. Esta premisa asume que el activo debe ser valuado igual que la primera premisa. Un ejemplo de esta situación es una huelga, a punto de ser arreglada; la apertura de un centro comercial con todas las anclas en orden y todos los locales rentados, esperando el día de la inauguración, o la apertura de un nuevo hotel de una cadena importante.

3. Valor como intercambio mediante una disposición ordenada. Esta premisa supone vender un activo intangible en el mercado, dado su importancia y capacidad de generación de recursos, de hecho se vende la joya de la corona de una empresa. Los activos intangibles se disponen en orden, verbigracia, tal como ocurre con General Motors al vender sus marcas.

4. Valor como intercambio mediante una liquidación forzada. Esta premisa supone que un activo intangible por su importancia comercial será vendido en una subasta, como resultado de un juicio mercantil, o por necesidad de liquidez de una firma, o bien en una venta cerrada y discreta.

Cada una de estas premisas trae como consecuencia cuatro diferentes valores del activo intangible, no es lo mismo un valor de mercado en una empresa en marcha, un proyecto por iniciar o una disposición ordenada. El valuador debe seleccionar una de estas cuatro premisas en base a:

1. El propósito y objetivo de la valuación.

2. La situación económica y funcional del activo intangible. Bajo qué premisa de valor se va a valorar.

3. El mayor y mejor uso, cuando la premisa de valor indica que es para venta dentro de un ámbito de mercado.

## **ANALISIS DE DATOS**

En segundo término es necesario antes de llevar a cabo una valuación de activos intangibles, recopilar la información adecuada para llevar a cabo la tarea. Esta es posible que sea la operación más difícil. Si es difícil preguntar al encargado del proyecto las cuestiones acerca del propósito de la valuación, ¿cómo hacerse de la información adecuada?

Dos son las fuentes más comunes para obtener la información adecuada: internas y externas.

### **Fuentes Internas**

Estas, tienen que ver con los datos de la empresa cuyo activo o activos intangibles van a ser valuados, en este caso se requiere una lista de los mismos así como toda la documentación de respaldo tales como patentes, procesos industriales, derechos de autor, interprete, etcétera.

Es conveniente contar con los estados financieros de los últimos cinco años para analizar las tendencias de mercado del activo o activos por valorar. Se requiere también conocer la historia de la empresa, su estructura legal, reglamentos internos y entrevistas con los principales ejecutivos.

En caso de un franquiciante, es conveniente también llevar a cabo entrevistas con los franquiciatarios<sup>22</sup>, a fin de conocer las fuerzas y debilidades del activo intangible por valorar. Esto igualmente aplica con los clientes del activo intangible en caso de no haber una franquicia.

---

<sup>22</sup> Titular de una franquicia (ll. concesión). *Tienda franquiciada*. Diccionario de la Real Academia española

## **Fuentes Externas**

Las fuentes externas por consultar son los directorios industriales, las cámaras de comercio, las asociaciones industriales, la bolsa de valores, las asociaciones comerciales, publicaciones periódicas, revistas especializadas, jurisprudencias y periódicos entre otras fuentes.

Además es favorable llevar a cabo encuestas de mercado, para resolver dudas y determinar la estructura de precios, fuerza de penetración y participación del mercado del activo intangible sujeto a valuación, siempre y cuando esto sea posible.

## IV.- PROCESO Y ALCANCES DE LA VALUACIÓN

En primer término presentaremos de una manera resumida el proceso y los tres modos de valuación de activos intangibles.

### Proceso

El avalúo de activos intangibles es una disciplina analítica en constante evolución, y como tal se basa en el método científico para dar respuesta a la pregunta ¿Cuánto vale mi activo intangible en términos del valor presente de futuros ingresos, que el mismo puede generar?, en muchos casos el propósito del avalúo es hacer proyecciones racionales de eventos futuros. El proceso de investigación exploratoria para predecir el desempeño de un activo intangible sustentado en la práctica científica es:

1. Interrogación.
2. Análisis.
3. Ensayo.
4. Conclusión.

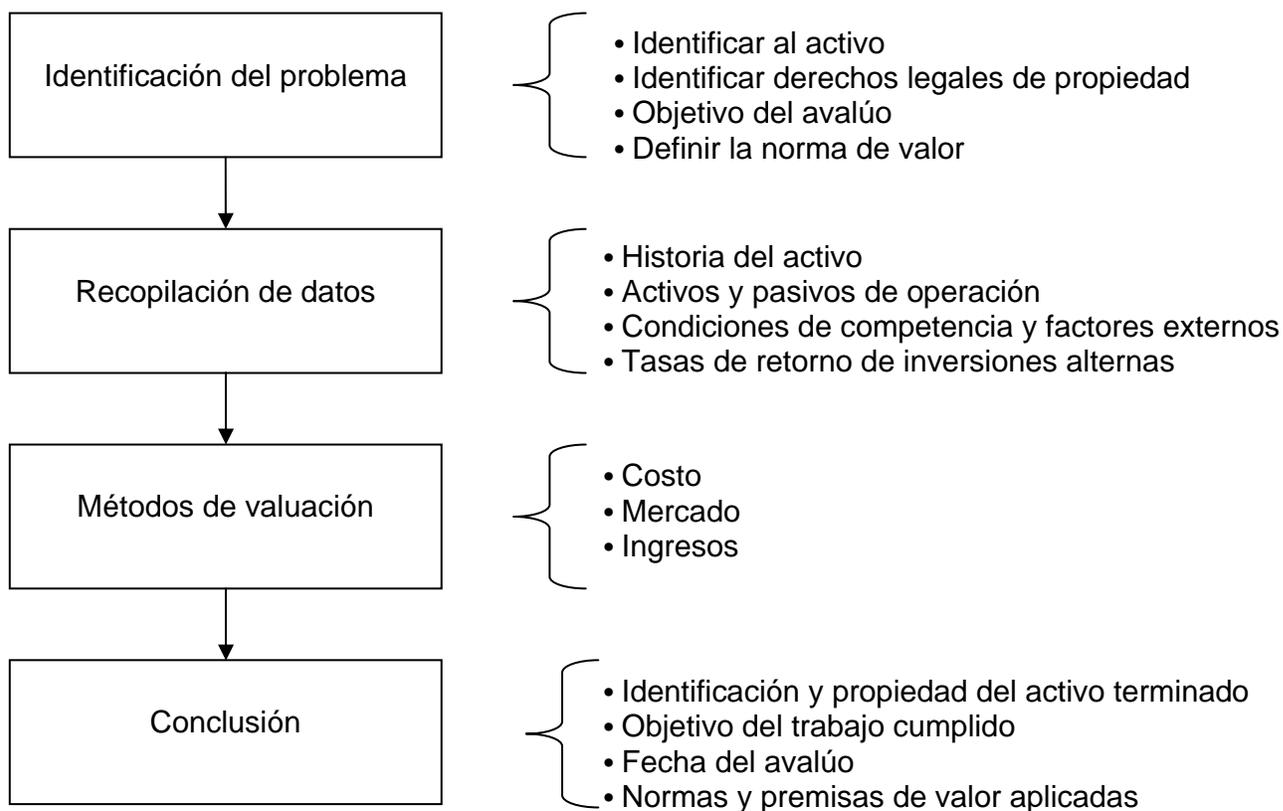
El proceso de la valuación de activos intangibles amplía el patrón descrito y se realiza también en cuatro intentos:

1. Identificación del problema para valorar un activo intangible.
2. Recopilación y análisis de la información.
3. Aplicación de los tres métodos de valuación<sup>23</sup>.
4. Conclusión con la estimación del valor del activo intangible.

En el diagrama siguiente se muestra sintetizado este proceso de valuación de los activos intangibles de una manera gráfica.

---

<sup>23</sup> Nos referimos al método de costo, mercado y de ingresos.



## Modos

Presentamos aquí los modos fundamentales para la valuación de activos intangibles; existen numerosos métodos y procedimientos adecuados para el análisis económico y la valuación de activos intangibles y propiedad intelectual. Sin embargo, cuando los valuadores se enfrentan con similitudes y diferencias fundamentales entre todos estos métodos y procedimientos, de manera lógica los pueden agrupar en tres jerarquías generales para su análisis. Estas tres formas fundamentales del análisis económico de los activos intangibles se les denominan el enfoque de costos, el enfoque de mercado, y el enfoque de ingresos. También existe la regla del 25 por ciento<sup>24</sup>, la cual es una técnica frecuentemente utilizada para la valuación de patentes y tecnología. Con esta regla, el valor de la propiedad intelectual es calculado como el 25 por ciento de las utilidades brutas, antes de impuestos.

Cada uno de estos tres criterios de valuación tiene el mismo objetivo; llegar a una

<sup>24</sup> Northwestern University School of Law Volume 1, Issue 1 (Spring 2003) Northwestern Journal of Technology and Intellectual Property

indicación razonable de un valor definido para el activo intangible a una fecha determinada. En consecuencia, los métodos y procedimientos se basan en los mismos principios económicos fundamentales.

## **Enfoque de Costos**

Dentro del contexto del enfoque basado en el costo, hay varios métodos analíticos conexos. Cada uno de los métodos para el análisis utiliza una definición del tipo de costo que es relevante para la valuación. Las definiciones más comunes son las siguientes:

1. Costo de reproducción.
2. Costo de reposición.

Existen sutiles pero importantes diferencias en las definiciones de estos dos tipos de costo.

El costo de reproducción contempla la construcción (o compra) de una réplica exacta del activo intangible. Antes de llevar a cabo los ajustes adecuados para derivar y obtener una indicación de valor, los costos de reproducción no consideran la demanda o la aceptación del mercado, del activo intangible. No se considera siquiera si alguien quiere una réplica del mismo.

El costo de reemplazo contempla el costo de reproducir la utilidad del activo intangible, pero en forma aparente lo que pueden ser diferente a una réplica exacta de la propiedad intangible sujeto a valuación. La utilidad es un concepto económico que se refiere a la capacidad de reacomodo del activo intangible para proporcionar una cantidad equivalente de rendimiento. A diferencia del concepto del costo de reproducción, el costo de reposición considera la demanda y aceptación del mercado.

Todos los métodos de valuación del enfoque de costos incluyen un amplio y completo el análisis de los elementos de costo.

1. Materiales.
2. Trabajo.
3. Indirectos.
4. Utilidad. El desarrollador del activo intangible debe tener una utilidad o un margen adecuado de beneficio.

5. Incentivo empresarial. Una adecuada rentabilidad sobre el capital invertido, y coordinación de la mano de obra durante el proceso de creación del activo intangible.

Todos estos componentes o elementos de costo deberán ser incluidos dentro de cada tipo de costo estimado para todo método de valuación de activos intangibles.

## **El Concepto De Obsolescencia En El Enfoque De Costo**

Toda teoría económica indica que el costo por sí solo normalmente no proporciona una indicación razonable de valor. Esto es cierto independientemente del tipo de análisis de costo que se aplique, verbigracia, costo histórico, tendencia de los costos históricos, costo de reposición, costo de reproducción, etc. Cabe señalar que el enfoque del análisis del costo inicia con alguna medida de costo, pero concluye con una dimensión de valor. En orden de franquear de una indicación de costo a una indicación de valor, todas las medidas relevantes de obsolescencia deben ser identificadas, cuantificadas y sustraídas del costo del activo intangible. Las formas comunes de obsolescencia que se consideran en un enfoque de análisis de costos de los activos intangibles son los siguientes:

1. Obsolescencia funcional.
2. Obsolescencia tecnológica.
3. Obsolescencia económica.

Dado que un activo intangible no tiene forma física, el deterioro físico no se puede aplicar a algo que no puede ver ni tocar ni oler.

La obsolescencia funcional se refiere al hecho de que el activo intangible puede ser inferior a un reemplazo perfecto per se. Cuando se desarrolló originalmente, el activo intangible fue creado para realizar una determinada función. Dependiendo del tipo de activo intangible, puede haber sido la función de atraer a los clientes, para permitir la producción exclusiva de un cierto tipo de producto, proceso y para un cierto número de transacciones por período o ciclo, y así sucesivamente.

Con el tiempo, el activo intangible puede no ser capaz de llevar a cabo las funciones específicas para las que fue originalmente desarrollado. Esto puede ser debido a factores internos o externos. Esto puede tener un impacto sobre la cuantificación de la obsolescencia. Sin embargo, sólo es importante reconocer que el activo intangible ha sufrido un cierto grado de obsolescencia funcional.

Algunos valuadores consideran la obsolescencia tecnológica como un subconjunto de la obsolescencia funcional. Recordemos que la obsolescencia funcional se produce

cuando el activo intangible no puede realizar la función para la cual se creó. La obsolescencia tecnológica se produce cuando la función ya no es deseable, debido a los cambios técnicos. En diversos grados, la obsolescencia tecnológica puede aplicarse a cualquier activo intangible.

Algunos valuadores se refieren a la obsolescencia externa, en vez de la obsolescencia económica. Obsolescencia externa se refiere a los motivos de disminución en el valor del activo, que son externos al mismo. Esta es una distinción importante en lo que respecta a la valuación de los activos tangibles. Sin embargo, no es particularmente relevante para la valuación de la mayoría de los mismos.

La obsolescencia externa en general, tiene dos componentes; los relacionados con la localización y los relacionados con la obsolescencia económica. Los factores de localización normalmente no tienen una gran influencia sobre el valor de la mayoría de los activos intangibles. Debido a esto, y porque la mayoría de las formas de obsolescencia son externas a los activos intangibles, la llamaremos obsolescencia económica.

Cada forma de obsolescencia indica una disminución en el valor del activo intangible. Evidentemente, no todos los activos intangibles sufren de cada forma de obsolescencia. Sin embargo, el examen, identificación y cuantificación de las diversas formas de obsolescencia (en la medida en que existen) es un procedimiento importante y necesario en el enfoque de proceso de valuación de costos.

La medida de costo (según la definición del método de enfoque de costo) ajustado por la medida de todas las formas pertinentes de obsolescencia, proporciona una indicación del valor definido para el activo intangible.

## **Enfoque del Mercado**

El enfoque de mercado para la valuación de activos intangibles se basa en la afinidad de los principios económicos de la competencia y el equilibrio. Estos principios económicos concluyen que, en un mercado libre y sin restricciones de la oferta y la demanda, impulsarán el precio de cualquier bien a un punto de equilibrio<sup>25</sup>.

El valor también se define como la expectativa de precio. Valor es el precio que una propiedad espera obtener en su nicho de mercado.

---

Tomas de Mercado Op. Cit.

El valor no es costo. El costo mide precios históricos, no un precio esperado. A menos que el mercado actual acepte alguna medida de costo como un precio razonable.

El Valor no es un precio. El precio indica lo que un comprador o licenciatario realmente paga a un vendedor o licenciante por un activo intangible.

En todos los casos, las condiciones del mercado influyen en el precio esperado de la venta o licencia de un activo intangible. Las condiciones del mercado están afectadas por su grado de competencia (es decir, el lado de la demanda en la ecuación) y la disponibilidad de productos sustitutos en el mercado, (es decir, el lado de la oferta en la ecuación).

Considerando un mercado eficiente, la intersección entre la oferta y la demanda crea un precio de equilibrio para el activo intangible. El precio de equilibrio es el esperado (no el costo ni el último precio). Es el precio previsto para la próxima transacción (no el de la última transacción o alguna transacción original). Es el valor del activo intangible.

En consecuencia, las fuerzas del mercado afectan directamente al valor, esto es, el precio esperado de un activo intangible.

## **Métodos Del Enfoque De Mercado Conceptos Teóricos**

El enfoque de mercado utiliza dos categorías de procedimientos analíticos para indicar el valor:

1. La recopilación y análisis derivados de datos empíricos del mercado de transacciones, es decir, datos relativos a la venta o concesión de licencias de activos intangibles y comparables de activos intangibles.
2. Una valuación de las actuales condiciones del mercado (es decir, las condiciones económicas que influyen en los precios) y de los cambios en las condiciones de mercado entre las fechas de transacciones y la fecha del análisis.

Hay menos métodos de análisis en el enfoque del mercado, en comparación con el de costo o el de ingresos. No obstante, la aplicación práctica de un enfoque de mercado es un método muy complejo y conlleva un riguroso proceso de análisis

## **Aplicación Del Enfoque Del Mercado**

Existe un proceso sistemático o marco general para la aplicación de métodos de enfoque de mercado con respecto a la valuación de activos intangibles. Los siete pasos básicos de este proceso general se resumen de la siguiente manera:

1. Recopilación y selección de datos.
2. Clasificación de los datos seleccionados.
3. Verificación de los datos seleccionados.
4. Selección de las unidades de comparación.
5. Cuantificación de múltiples de precios.
6. Ajuste de múltiples de precios.
7. Aplicación de múltiples de precios.

ahora se presenta un desglose de cada uno de los siete pasos básicos en el enfoque del análisis de mercado:

## 1.- Recopilación y Selección de Datos

Operaciones de venta, listas comparativas de ofertas de activos intangibles comparables.

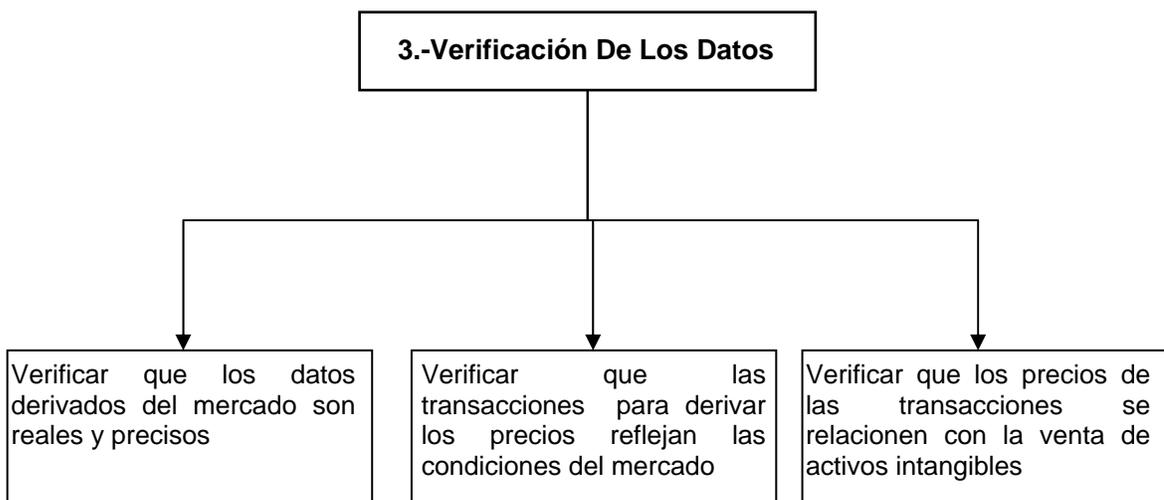
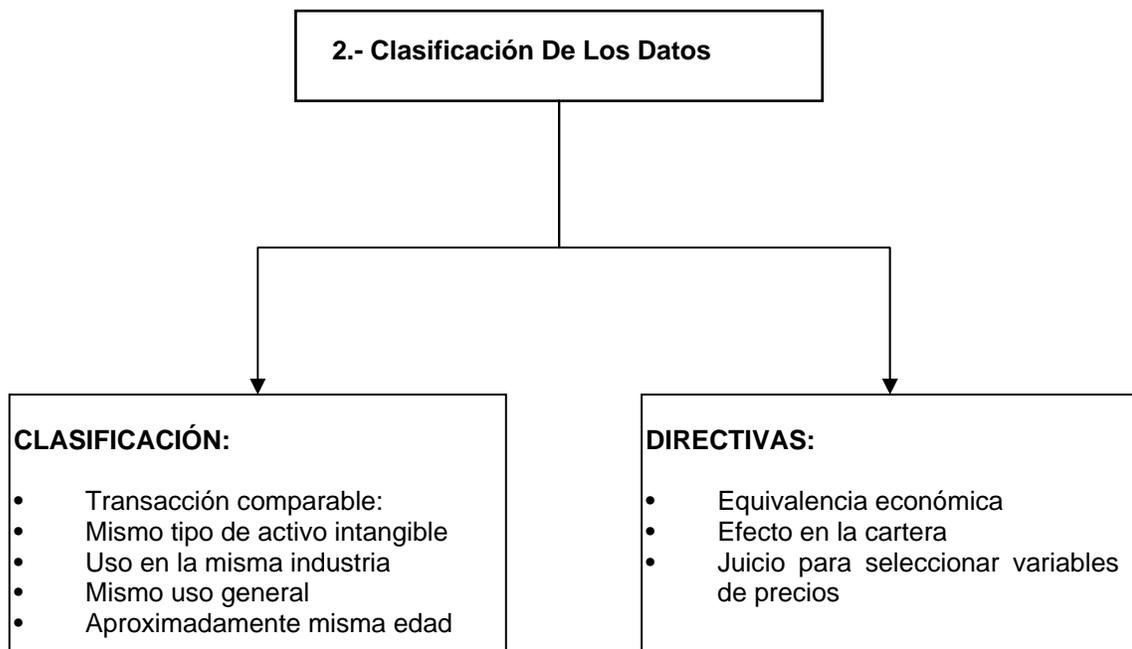
Transacciones, ofertas de compra y venta de licencias, rentas, franquicias, o contratos por el uso de activos intangibles comparables.

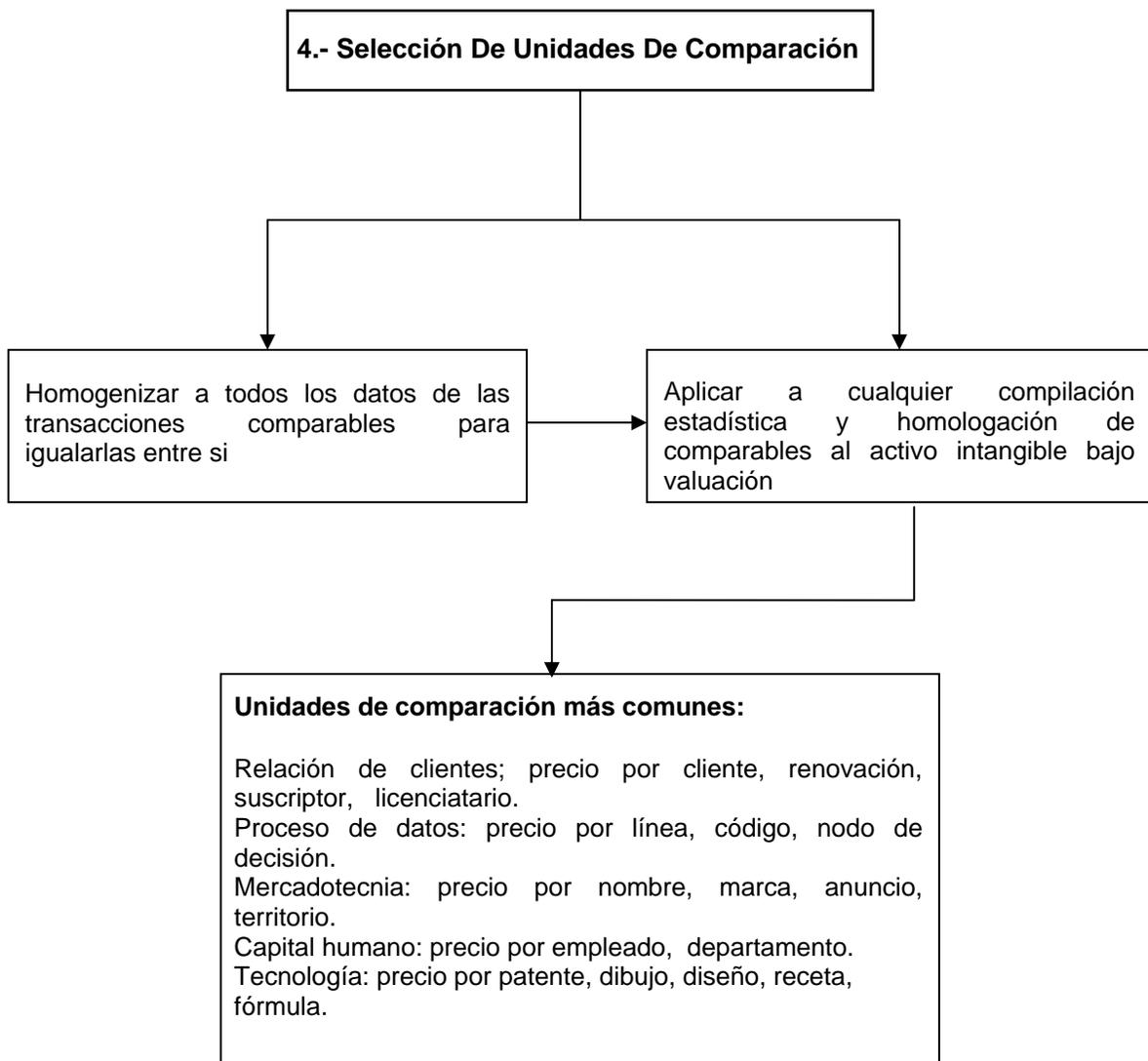
### **FACTORES DEL MERCADO**

- Eficiencia del mercado
- Oportunidad del mercado
- Aplicabilidad del mercado
- Relevancia del mercado

### **FACTORES DEL ACTIVO**

- Tipo de activo intangible
- Uso del activo intangible
- Industria donde funciona
- Fecha de la transacción





## 5.- Cuantificación De Múltiples De Precio

El procedimiento de selección de las unidades de comparación permite al valuador designar a un denominador común o criterio para aplicar los datos derivados de transaccionales en el mercado con el activo intangible.

En este procedimiento, todos los verificados y (si es necesario) depuración empírica de datos se miden y se reiteran en términos de la selección de las unidades

de comparación. En otras palabras, el total de los precios de las transacciones se dividen por las unidades de comparación seleccionadas, a fin de concluir con un "precio por unidad de comparación". Estos múltiples de precios pueden ser expresados en términos de unidades físicas, financiera, o ambas. Las unidades físicas puede ser el precio por cliente, el precio por el dibujo, el precio por línea de código, y así sucesivamente. Las unidades financieras pueden ser los precios en pesos por los ingresos generados, el precio en pesos de los ingresos obtenidos, el precio por cada peso de inversión original, y así sucesivamente. No es raro que se apliquen unidades físicas y unidades financieras como comunes denominadores en las transacciones.

Para aclarar esto por ejemplo, en la valuación de bienes inmuebles usamos los términos costos por metro cuadrado y precio por metro cuadrado.

Los datos derivados agrupados por precio, también pueden facilitar la realización de análisis estadísticos básicos del mercado de datos de las transacciones. Los análisis estadísticos básicos pueden incluir el cálculo de medias, medianas, modos, desviaciones estándar, cuartiles, deciles, y demás medidas.

## **6.- Ajuste De Múltiples De Precios.**

La conversión de los datos de las transacciones en denominador común de fijación de múltiples de precios puede ayudar a identificar los ajustes<sup>26</sup> que deben ser realizados en el objeto sujeto a transacción.

No existe una única lista de todos los ajustes que pueden hacerse en un enfoque de análisis de mercado. Algunos de los ajustes más comunes son:

1. Ajustes para las transacciones que no impliquen al activo intangible sujeto a valuación.
2. Ajustes por diferencias en las condiciones del mercado.
3. Ajustes por cambios sistemáticos en la dinámica del mercado.

Los ajustes u homologaciones deben realizarse para su aplicación al activo intangible sujeto a valuación, considerando los factores económicos que afectan a la industria a la cual pertenece el activo. Por ejemplo, supongamos que un inversionista desea rentar un local en un centro comercial para vender productos de una franquicia de ropa deportiva, y desea conocer el monto esperado de ventas, un indicador adecuado son las ventas por metro cuadrado por período de otros locales en otros centros comerciales en donde se ubique esta franquicia, información fácilmente

---

<sup>26</sup> También en la valuación de bienes inmuebles lo llamamos homologación

obtenible del franquiciante. Entonces si la medida de ventas por metro cuadrado es "X" y cuenta con "N" metros cuadrados, el resultado es el producto de la multiplicación. El segundo paso consiste en aplicar algunos factores de homologación tales como ubicación del centro comercial, ubicación del local, calidad del distrito en donde se localiza el centro comercial, factor de primero o segundo piso, etc. La aplicación de la homologación al monto de ventas esperado por metro cuadrado, nos dará un resultado válido para derivar el rendimiento del negocio, y con el tomar la decisión de continuar o no.

## **7.- Aplicación De múltiples De Precios.**

En este paso se utilizan los indicadores de las estimaciones de valor, derivadas del análisis de los múltiplos de precios del mercado, y se multiplican por cada una de las unidades que componen al activo intangible sujeto a valuación. El resultado de este ejercicio es el valor del activo intangible.

## **Enfoque De Ingresos**

El enfoque de ingresos, se basa en el principio económico de anticipación también llamado principio de la expectación. En este enfoque, el valor del activo intangible es el valor presente de los ingresos económicos esperados que se obtengan por la propiedad de ese activo intangible. Como el nombre lo implica el inversionista anticipa ingresos económicos por su inversión.

Este enfoque implica el concepto de toma de decisiones administrativas. Estas pueden ser tomadas bajo tres conceptos; certidumbre, incertidumbre y riesgo. La primera implica que los futuros ingresos a valor presente de la explotación de un activo intangible son ampliamente conocidas, por lo que la decisión simplemente es ir hacia delante.

El segundo concepto implica el desconocimiento del futuro y lo que pueda ocurrir, devaluaciones, crisis económicas, cambio de mercados, cierre o apertura de fronteras, nuevos competidores, etc. Ante esta situación lo más conveniente es reducir la incertidumbre, mediante probabilidades de lo que sea más probable que ocurra. Esto nos lleva a realizar matrices, flujos de fondos, presupuestos flexibles, análisis de sensibilidad, etc. En donde sea posible calcular los posibles ingresos, en base a la ley de probabilidades.

Un ejemplo acerca de la volatilidad del futuro ocurrió en Europa al final del siglo XIX. En ese continente se llevo a cabo una proyección<sup>27</sup> del posible consumo de avena por parte de los caballos de trabajo, para mover toda la mercancía que su economía demandaba, el resultado fue que toda el área cultivable del continente no alcanzaría para producir avena suficiente para mantener el nivel de consumo de los europeos. Pero luego el motor de combustión interna, ¿y los creadores de caballos?

El tercer concepto es tomar decisiones bajo riesgo, en este caso es posible conocer el porcentaje de riesgo asociado a cada curso de acción, por lo que toma aquella decisión que produzca el rendimiento mas alto y adecuado para el inversionista.

En estos tipos de decisiones se manejan los aspectos del valor presente, valor presente ajustado, tasa interna de retorno, tasa interna de retorno modificada, costo de capital y otros conceptos de índole financiera.

---

<sup>27</sup> Planeación Física a Largo Plazo, Clase tomada con el Prof. Dr. Piotr Zaremba, Universidad Tecnológica de Szczecin, Polonia, 1979.

## V.- IMPORTANCIA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

¿Propiedad intelectual? Hace pocos años, esa frase no estaba en los vocabularios de muchos directores generales, y mucho menos en sus estrategias empresariales. De hecho, muchos jefes ejecutivos consideran las patentes, marcas, derechos de autor y otras formas de la propiedad intelectual como asuntos jurídicos. Es mejor dejar a los abogados de la empresa abandonarlas en el polvo de los archivos, mientras que los directores se concentran en las cosas verdaderamente estratégicas como la competencia mercantil. Donde unos ven simples instrumentos jurídicos, otros descubren a una obra de arte en los archivos esperando ser explotada con fines de lucro y ventaja competitiva.

Para entender la importancia de los activos intangibles, en la compañía IBM, un agresivo esfuerzo de propiedad intelectual, licencias, patentes y regalías impulso un rendimiento anual de un 3,300 por ciento, al pasar de 30 millones de dólares en 1990 de a casi mil millones. Esta suma es prácticamente flujo de caja neto, y representaba una novena parte de sus utilidades antes de impuestos.

La administración de la propiedad intelectual marca una nueva clase de gerente, en un mundo donde las luchas no se libran por el control de mercados o materias primas, sino por los derechos a las nuevas ideas e innovaciones. La gestión de la propiedad intelectual debe ser la clave de una competencia básica para el éxito empresarial, corporaciones como Microsoft, IBM, Dell, Dow Chemical, y Gillette; reconocen que la economía del conocimiento, ha dado lugar a un nuevo ecosistema en la competencia por los mercados, en la que los activos intangibles en lugar de los activos físicos, son los principales fuentes de la riqueza para los accionistas.

El reto empresarial es desarrollar el poder de los activos intangibles, no sólo como instrumentos jurídicos, sino también como poderosos activos financieros y fuerza competitiva que deben mejorar el éxito comercial y aumentar la utilidad para los accionistas. Los activos intangibles legalmente protegidos; como los secretos comerciales, marcas comerciales, derechos de autor y patentes. En esta sección de la tesina, nos centraremos en las patentes, por dos razones. En primer lugar, son la forma menos intangible de los activos intangibles y gozan de protección jurídica más fuerte. En segundo lugar, las bases de datos de patentes son una Biblioteca de Alejandría virtual de la información. Cuando estas combinadas con nuevas ideas e innovación, pueden ser poderosas fuentes de riqueza de inteligencia competitiva.

Por supuesto, que la estrategia a base de patentes no garantiza el éxito de un negocio, y ciertamente no puede sustituir a productos de calidad, funcionamiento excelente, o una comercialización eficaz. Sin embargo, la gestión estratégica y el uso de patentes puede mejorar significativamente el éxito de una compañía de tres grandes

maneras; mediante el establecimiento de una ventaja en la propiedad de activos intangibles en el mercado, mediante la mejora de los rendimientos financieros, y por el perfeccionamiento para una competitividad total.

## **Establecer Una Ventaja En La Propiedad De Activos Intangibles En El Mercado**

Las patentes, permiten a las empresas defender con ventaja en el mercado de propiedad de activos intangibles a su más importante generador de riqueza para sus accionistas. Desplegadas correctamente, las patentes pueden aumentar su participación en el mercado, mantener altos márgenes de utilidad, y en algunos casos, pueden incluso servir como base de una nueva industria. (Como es el caso de Chester Carlson con su patente original para Xerox). Esto es cierto incluso en el comercio electrónico, las industrias que entraron al mercado primero, pensaron que tenían una ventaja competitiva. El colapso de las barreras en la competencia por el Internet, indican que las patentes pueden convertirse en uno de los más eficaces y, a veces incluso el único medio de la creación una propiedad intangible, para mantener y desarrollar las ventajas dentro de un mercado.

Barnes & Noble, por ejemplo, descubrió con consternación debido a que carecía de cualquier ventaja de propiedad intangible o patente contra la defensa en línea de sus rivales, su cuota de mercado podría ser fácilmente "Amazonada"<sup>28</sup>, por la advenediza librería del mismo nombre. Amazon, que hubiera enfrentado una amenaza cada vez mayor de su círculo de competidores en línea, si no hubiera realizado una patente para su sistema de "un clic" para la tramitación de los pedidos de sus clientes, que ahora es ampliamente copiado por otros comerciantes de Internet. En octubre de 1999, Amazon no solo desplegó su patente como arma competitiva, sino que presentó una demanda en contra de Barnes & Noble por intento de copiado.

## **Proteger Las Tecnologías Y Los Métodos Comerciales.**

En el siglo XVI, el libro denominado Suma de Tratos y Contratos de Don Tomas de Mercado<sup>29</sup> recibió una protección real como producto de su esfuerzo, equivalente al derecho de autor de nuestros días y de propiedad intelectual.

Por cuanto por parte de vos, fray Tomás de Mercado, de la Orden de los Predicadores, maestro de Santa Teología, nos fue hecha una relación diciendo que vos habíais hecho un libro intitulado Tratos y contratos de mercaderes; y

---

<sup>28</sup> Neologismo que en este caso indica un método de comercialización en línea.

<sup>29</sup> Suma de Tratos y Contratos, Op. Cit.

porque era muy útil y necesario, y en el hacer habíais gastado mucho tiempo, nos suplicasteis mandásemos ver y pareciendo ser tal daros licencia para le poder imprimir y vender con el privilegio de quince años, para que dentro de ellos ninguna otra persona lo pueda imprimir, o como la nuestra merced fuese; lo cual, visto por los del nuestro Consejo, habiéndose hecho en el dicho libro la diligencia que la pragmática por nos ahora nuevamente hecha dispone, fue acordado que debíamos mandar dar esta nuestra cédula para vos en la dicha razón, y nos tuvimoslo por bien. Y por la presente damos licencia y facultad para que vos, o quien vuestro poder hubiere, podáis imprimir el dicho libro, que de suso se hace mención, y para que por tiempo de diez años primeros siguientes, que corren y se cuentan desde el día de la data de esta nuestra cédula en adelante, vos, el dicho fray Tomás de Mercado, o la persona que el dicho vuestro poder hubiere, podáis vender el dicho libro. Y mandamos que persona alguna sin nuestra licencia durante el dicho tiempo de los dichos diez años no lo pueda imprimir ni vender, so pena de perder todos los libros que hubiere impreso y más veinte mil maravedís para la nuestra cámara. Y mandamos que después de impreso no se pueda vender, ni venda, sin que primero se traiga al nuestro Consejo juntamente con el original que en él fue visto, que va rubricado y firmado al fin de Juan de la Vega, nuestro escribano de cámara de los que en el nuestro Consejo residen, para que se vea si la dicha impresión está conforme al original y se tase el precio a que se hubiere de vender cada volumen, so pena de caer e incurrir en las penas contenidas en la dicha pragmática y las leyes de estos reinos. Y mandamos a los del nuestro Consejo, presidente y oidores de nuestras audiencias, alcaldes, alguaciles de la nuestra casa y corte, chancillerías y a todos los corregidores, asistentes, gobernadores, alcaldes mayores y ordinarios y otros jueces y justicias cualesquiera de todas las ciudades, villas y lugares en los nuestros reinos y señoríos, y a cada uno y cualquiera de ellos, así a los que ahora son como a los que serán de aquí en adelante, que os guarden y cumplan esta nuestra cédula y merced que así os hacemos, y contra el tenor y forma de ella no vayan, ni pasen, ni consientan ir ni pasar por alguna manera, so pena de la nuestra merced y de veinte mil maravedís para la nuestra cámara. Dada en Madrid, a seis días del mes de mayo de mil y quinientos y sesenta y nueve años.

Yo el Rey.

En la medida en que se tiene una estrategia de patentes, la mayoría de las empresas se centran en la protección de propiedad de las tecnologías que dan sus productos y servicios una ventaja sobre sus competidores. La mencionada patente original de Xerox, permitió a esta legalmente monopolizar el mercado de fotocopiadoras durante casi 20 años, con márgenes de ganancias de dos dígitos. Pero cuando Xerox se vio obligado a otorgar licencias de las patentes de sus copadoras a los competidores, en virtud de un decreto federal de consentimiento en 1975, la compañía vio como su cuota

de mercado, márgenes, y su industria rápidamente perdieron su posición dominante.

El punto crítico aquí es que las empresas deben asegurarse de proteger y aprovechar lo que sea para agregar mayor valor a su negocio, por lo que representa la más importante fuente de su ventaja competitiva, el manejo adecuado de los activos intangibles.

## **Fomentar La Investigación Y Desarrollo Y Marcas Efectivas**

Las patentes ayudan a las empresas a construir productos líderes en el mercado así como mejorar los esfuerzos dirigidos a los mismos. Hitachi por ejemplo desarrolla sólo aquellos productos en que las patentes pueden ayudarle a establecer un dominio del mercado, estos no son necesariamente los productos más complejos; técnicamente, el sensor de flujo de aire de Hitachi Automotriz sería fácilmente copiado por sus competidores, pero la empresa ha construido un eficaz muro de patentes a su alrededor por lo que sus rivales se vieron obligados a buscar métodos más complejos y costosos y por tanto, menos competitivos.

## **Mejorar Los Rendimientos Financieros**

Los más grandes activos de la empresa hoy en día son los activos intangibles como las patentes. Y que no es verdad que sólo en industrias de alta tecnología. La base de los activos de las empresas manufactureras de EE.UU. también ha cambiado drásticamente durante los últimos años. En 1982<sup>30</sup>, los activos físicos tales como plantas, fábricas y equipos constituían el 62 por ciento del valor de mercado. Hoy que representan menos del 30 por ciento del mismo. Por ende la mayor parte de su valor ahora radica en sus activos intangibles.

Texas Instruments es otra empresa que se inició en la minería, en desesperación cuando se enfrentaba a la quiebra, lanzó todo su esfuerzo en la concesión de licencias y patentes a mediados de los 1980, desde entonces, Texas Instruments ha ganado cuatro mil millones en regalías de patentes, y sus ingresos actuales de concesión de licencias crecen en el orden de 800 millones de dólares al año. Firmo una licencia por su patente de semiconductores con Hyundai. Esto añadió 12 centavos a Texas Instruments en el segundo trimestre 1999 y con ingresos netos esperados por mil millones de dólares en regalías adicionales durante los próximos años.

---

<sup>30</sup> Discovering new value in intellectual property, Harvard Business Review, January February, 2000

## **Reducción De Costos**

La gestión adecuada de los activos intangibles también puede producir importantes ahorros en forma de reducción de costos de mantenimiento e impuestos. Quizás el más conocido ejemplo de una reducción de costos fue el de Dow Chemical el cual involucró la gestión de activos intangibles. En 1994, como parte de un esfuerzo empresarial de reducción de costos, Dow inició una auditoría administrativa por un año de todos sus activos intangibles. Una auditoría que se convirtió en algo legendario en los círculos de propiedad intelectual. Cada una de las patentes de la compañía, 29.000 en ese momento, fueron valuadas y asignadas, a cada una de las 15 principales unidades de negocio. Las unidades asumieron una responsabilidad financiera por el manejo de estos activos intangibles. Posteriormente los gerentes de cada unidad de negocio por el “uso intelectual de los activos” se reunían periódicamente para la revisión de patentes y para determinar la concesión de licencias, la comercialización, y oportunidades de asociación mercantil.

Como resultado de su auditoría, Dow logró ahorros inmediatos de 50 millones de dólares en impuestos y en el mantenimiento y honorarios innecesarios sobre las patentes que fueron eliminadas de la cartera y donadas a universidades y organizaciones sin fines de lucro.

## **Captar Nuevo Capital Por Mejoramiento Del Valor Corporativo**

Mediante el pensamiento creativo, las empresas pueden a menudo reciclar sus patentes y volverse muy atractivas para los inversionistas. , por ejemplo, la empresa aeroespacial Lockheed Martin, por muchos años había reunido un gran depósito de patentes de simuladores de vuelo en tres dimensiones empolvándose en la oficina jurídica de la compañía. Pero en 1997, la empresa reunió y utilizó las patentes como base para una nueva aventura empresarial llamada REAL3D que le dio la cabeza de playa para competir con los gráficos PC de las computadoras personales, juegos de vídeo y de negocios. REAL3D atrajo inversiones de Intel y Silicon Graphics, y actualmente está valorada en varios cientos de millones de dólares. Lockheed tenía un conjunto de patentes con valor en sus libros exactamente igual a cero, y transformarlos en una presencia estratégica en un potencialmente lucrativo nuevo mercado. También obtuvo una participación del 40 por ciento en una nueva empresa en marcha.

## **Perfeccionamiento Para Una Competitividad Total**

El valor de los activos intangibles como armas para competir y herramientas inteligentes, es más evidente en las operaciones diarias de los negocios. Es más, si una

empresa está tratando de bloquear un producto de la competencia, el desarrollo de un plan de entrar en un nuevo mercado muy competitivo, encontrar la más atractiva oportunidad de adquisición de otra empresa, o reducir los riesgos involucrados en una fusión, las patentes son armas poderosas y posiblemente la mayor fuente de inteligencia competitiva en la tierra.

## **Flanquear Competidores**

A principios de 1998, S3 es una pequeña empresa dedicada al diseño de chips para computadoras, con un gran problema. La empresa sabía que el muro de patentes de Intel detendría el desarrollo y comercialización de un nuevo chip de gráficos de alto rendimiento. Así que S3 idea un plan para solucionar el problema; actuando de forma anónima, puja y supera a Intel para adquirir las patentes del resultado de la quiebra de un fabricante de chips llamado Exponencial Technologies, por 10 millones de dólares. Al hacerlo, S3 obtuvo una patente anterior a la patente del chip Merced de Intel y de acuerdo con los analistas, podría detener la siguiente generación de procesadores de Intel. La valiente maniobra de S3 de propiedad intelectual, dio frutos cuando se manifestó como el comprador de Exponencial Technologies y obligo a Intel a intercambiar licencias de sus patentes con S3 a cambio de los derechos del nuevo chip de gráficos.

## **Explotar Nuevas Oportunidades De Mercado**

Las patentes también pueden dar a las empresas la factibilidad de entrada en lucrativos nuevos mercados. Los tres mil quinientos millones de dólares de Avery Dennison Corporation, ofrece un caso en este aspecto. En 1994, una de las unidades nuevas de Avery desarrollo una nueva película para uso en el etiquetado de productos. Esta película ya había ganado un importante contrato para suministrar las etiquetas para las botellas de champú de Procter & Gamble, los directores de esta unidad habían proyectado un considerable potencial de crecimiento. Pero un análisis de patentes indica que Dow Chemical también inicio su movimiento en el negocio. ¿Debería Avery comprometer una enorme cantidad de recursos para aprovechar las oportunidades de mercado de la película, sobre todo cuando parecía que podría convertirse Dow en un formidable competidor?

El director de investigaciones corporativas de Avery Dennison, describe lo que sucedió: "vimos que teníamos las patentes fundamentales en esta área ", recuerda," y además nos hemos fortalecido con patentes adicionales para llenar los huecos. Después, con el apoyo del director, fuimos a Dow y básicamente les dijimos que no podía fabricar más película. Tuvieron que cerrar sus equipos, desmantelarlos, y retirarse del mercado. Y eso es exactamente lo que Dow hizo. Gracias a la fortaleza de nuestras patentes, por la voluntad de nuestro director y en base a la fuerza de nuestra propiedad intelectual, apostamos todos los recursos en la construcción de la unidad de películas y pudimos

poner a Dow fuera del mercado. Como resultado de ello, la unidad se convirtió en una de los de crecimiento más rápido y lucrativo de la empresa.

## **Reducir Riesgos**

Como una fuente vital de inteligencia competitiva, la información contenida en las patentes también puede ayudar a las empresas a dirigir sus actividades de investigación y mercadotecnia, para evitar infracciones y largas diligencias jurídicas. El más famoso ejemplo, cuando una empresa no ha hecho uso de la información sobre patentes para reducir su riesgo, fue la gran guerra de patentes entre Polaroid y Eastman Kodak en el negocio de la fotografía instantánea. Kodak había hecho caso omiso de la "maraña de patentes erigido en torno al rápido crecimiento en el negocio de las cámaras instantáneas de un rival más pequeño Polaroid". En 1975, Kodak lanzó una línea de cámaras instantáneas y películas que muchas personas incluyendo los principales ejecutivos de Polaroid, sentían como una semejanza demasiado cercana a la tecnología de Polaroid. El juicio sobre las patentes finalmente llegó a una conclusión en 1990 con una sentencia en la se establecía que Kodak había infringido las patentes de Polaroid. ¿El costo total para Kodak de su mala estrategia de patentes? La empresa fue condenada al pago a Polaroid de una suma de \$ 925 millones en daños. Kodak fue también obligado a cerrar su planta de fabricación con costo 1,500 millones de dólares, despedir a 700 trabajadores, y pagar cerca de 500 millones de dólares para comprar los 16 mil cámaras instantáneas, que había vendido a sus consumidores entre 1976 y 1985. Los honorarios de abogados durante los 14 años de duración judicial y un costo adicional de Kodak 100 millones de dólares, y un largo periodo de esfuerzo en investigación y desarrollo tuvo que ser descartada para una pérdida total.

## **Importancia De La Valuación**

Los ejemplos anteriores ilustran y muestran la importancia de los activos intangibles o propiedad intelectual para las empresas hoy en día; por lo tanto es necesario determinar el valor de estos activos, un trabajo que no es fácil, de hecho no existe un mercado de propiedad intelectual en donde se publique y se vendan activos intangibles al mejor postor. Un indicador es el mercado de franquicias, el cual oferta marcas comerciales y métodos para comercializar una gama de productos y servicios.

En el capítulo anterior se expusieron los tres métodos de valuación de activos intangibles, el de costos mercado e ingresos, así como la "regla de dedo" llamada como la del 25 por ciento. Estos métodos y los libros e investigaciones que explican como aplicarlos, darán luz acerca del valor real de estos recursos, a medida que evolucionen los sistemas de valuación.

## CONCLUSIONES

Esta tesina presenta un panorama acerca de la importancia de los activos intangibles en los Estados Unidos, la finalidad de realizar una investigación en ese país, obedece al hecho de la trascendencia de este tipo de activos en una de las economías más desarrolladas del planeta

Una vez expuesta la importancia de estos recursos en las empresas modernas, y la tendencia a un mercado más numeroso de franquicias en todo tipo de productos y servicios; aunado a la legislación que protege a los propietarios de estos intangibles y con el combate a la piratería, es lógico que surjan controversias legales. Las cuales requerirán un avalúo del activo intangible para estimar el valor y monto de los daños económicos para establecer una demanda. Esto indica un nicho de mercado para aquellos valuadores que deseen aprender y capacitarse, para fungir como peritos en estas controversias que se están presentando.

La economía contemporánea no se imagina sin la participación del ingenio humano, en la creación de nuevos satisfactores y en la búsqueda de recursos monetarios a cambio del esfuerzo creativo realizado.

La defensa de la propiedad intelectual esta en todas las agendas de los gobiernos en un mundo globalizado, con la finalidad de proteger a los creadores de estos recursos y a las empresas y personas que los conciben.

Para que México pueda evolucionar hacia la economía del conocimiento desde la situación actual de talleres dignos de la época de Charles Dickens, requiere no solo destinar recursos en la educación e investigación, así como preparar valuadores que puedan identificar y valorar los activos intangible disponibles en nuestro medio. Los valuadores inmobiliarios debido a su preparación y experiencia pueden fácilmente capacitarse para valorar activos intangibles, e imaginar y proponer sistemas de homologación para este fin.

México es un país rico en artesanías en prácticamente todo su territorio y sin embargo se carece de métodos de protección de este intangible. Este campo presenta una ventana de oportunidad para aquellos valuadores que decidan incursionar en la valuación y protección de este patrimonio, lo cual coadyuvaría a mejorar el nivel de vida de muchas comunidades indígenas, con la protección de su patrimonio y por ende mejorar sus ingresos económicos.

Pienso que es posible proteger la creación intelectual de los artesanos más destacados para conservar su cultura, y sus creaciones, lo que mejoraría

substancialmente su nivel de vida e iniciaría una tendencia de creadores de alto potencial, para incursionar no solo en los mercados locales sino además en los internacionales. No hay que olvidar que países asiáticos como Japón, China y Corea son países con una arraigada artesanía, la cual ha sido la base de su impresionante desarrollo económico y competitividad a nivel global.

En este momento es importante llevar a cabo un estudio de cómo se esta manejando en nuestro país este concepto, con la finalidad de presentar un diagnostico de su situación, y proponer políticas tanto publicas como privadas para coadyuvar al impulso de estos activos, para un crecimiento económico más armónico.

## **BIBLIOGRAFIA**

Price Water House Coopers, Valuation of Intellectual Property Assets por Zaarer Pavri  
Toronto Abril 30, 1999.

La evaluación de activos intangibles, por Miguel A. Palomo González  
Profesor de la Jefatura de Ingeniería Industrial. Universidad Autónoma de Nuevo León  
Revista Ingenierías, Julio Septiembre, 2003.

The Challenge of Valuing Intellectual Property Assets, por Jody C. Bishop  
Northwestern University School of Law Volume 1, Issue 1 (Spring 2003) Northwestern  
Journal of Technology and Intellectual Property.

Business Valuation Strategies  
BVS, 2008.

Deloitte, Valuing Intangible Assets, What are they really worth?  
Enero, 2006.

Dupont Model and Forecasting Growth Methodologies, American Society of Appraisers  
23rd Annual Advanced Business Valuation Conference, Octubre 2004.

Harvard Business Review, Value Innovation, por W. Cham kin y Renée Mauborgne  
1977.

Harvard Business Review, Discovering New Value in Intellectual Property, por Kevin G.  
Rivette y David Kline, January–February 2000.

Harvard Business Review, Financial Analysis of Real Property Investments, por WILLIAM  
J. POORVU, Julio, 2003.

Harvard Business Review, Risk Analysis in Capital Investment, por David B. Hertz  
Septiembre y Octubre, 1979.

Harvard Business Review, MIRR a better measure, por Herbert Kierulff  
2008 Kelley School of Business, Indiana University.

Harvard Business Review, USING APV: A BETTER TOOL FOR VALUING OPERATIONS,  
Mayo Junio, 1977.

International Valuation Standards Committee, EXPOSURE DRAFT OF PROPOSED  
REVISED INTERNATIONAL VALUATION STANDARD 2 BASES OTHER THAN MARKET  
VALUE. 12 Great George Street, Parliament Square, London SW 1P 3 AD  
United Kingdom. Agosto 31, 2006.

Normas de Información Financiera C-8, Activos Intangibles. Proyecto para auscultación  
Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información  
Financiera, A. C. (CINIF).

Lunes 26 de enero de 2009, DIARIO OFICIAL. METODOLOGIA Y CRITERIOS DE CARACTER TECNICO PARA LA ELABORACION DE TRABAJOS VALUATORIOS QUE PERMITAN DICTAMINAR EL VALOR DE LOS BIENES INTANGIBLES, BIENES INMUEBLES, BIENES MUEBLES, UNIDADES INSTALADAS Y UNIDADES ECONOMICAS QUE PRETENDAN ENAJENAR LAS DEPENDENCIAS, LA PROCURADURIA GENERAL DE LA REPUBLICA, LAS UNIDADES ADMINISTRATIVAS DE LA PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA, LAS ENTIDADES Y, EN SU CASO, LAS DEMAS INSTITUCIONES PUBLICAS.

VALUING Intangible Assets, por Robert F. Reilly y Robert P. Schweihs, McGraw Hill, 1999

Journal of Accountancy, Intangible Value: Delineating Between Shades of Gray, por Marc G. Olsen and Michael Halliwell, Journal of Accountancy May 2007.

The Power Of Intangible Assets: An Analysis Of The S&P 500, por Keith Cardoza, CFA, Justin Basara, Liddy Cooper, y Rick Conroy, Marzo 2006.

COGENT VALUATION, Reinvigorated Approach to Intangible Assets Pricing, por René Hlousek, Fecha no disponible.

Financial Accounting Standards Board; Statement of Financial Accounting Standards No. 142, Goodwill and Other Intangible Assets, 401 MERRITT 7, P.O. BOX 5116, NORWALK, CONNECTICUT, Junio 2001

Boston Business Journal, Thinking About Valuation, por Joe Hadzima, 2005.

Tomas de Mercado, Suma de Tratos y Contratos, edición de Nicolás Sánchez Albornoz.

Brigham Young University's Marriott School of Management, Valuing Businesses por Hal Heaton, Grant McQueen, and Steven Thorley, Fecha no disponible.