



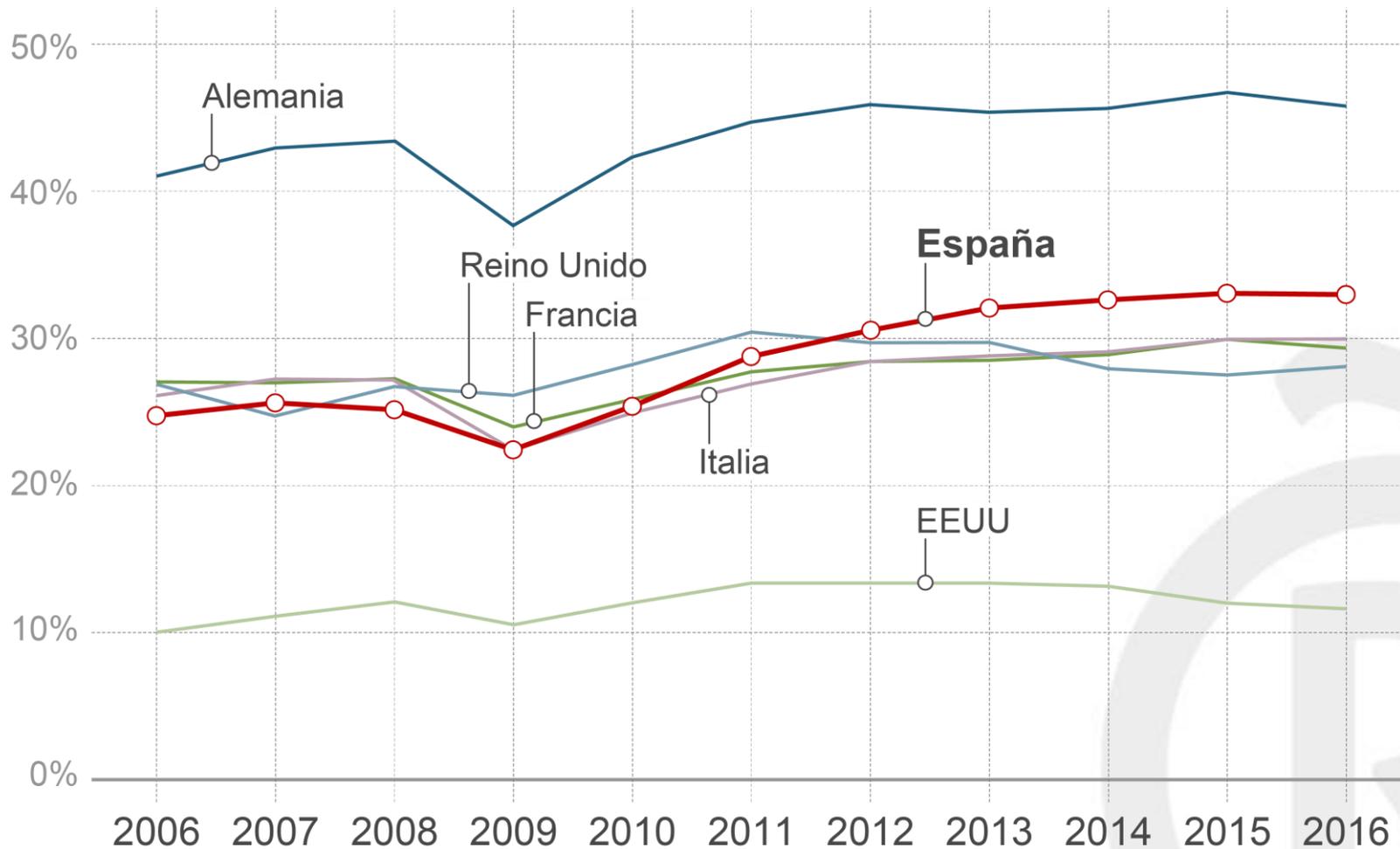
Foro de
Marcas Renombradas
Españolas

LOS ACTIVOS INTANGIBLES COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD

MADRID, 7 DE NOVIEMBRE DE 2017

EXPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS

DATOS EN % SOBRE EL PIB



Fuente: Eurostat, OMC y FMI

RETOS SECTOR EXTERIOR



RETOS SECTOR EXTERIOR



RETOS SECTOR EXTERIOR



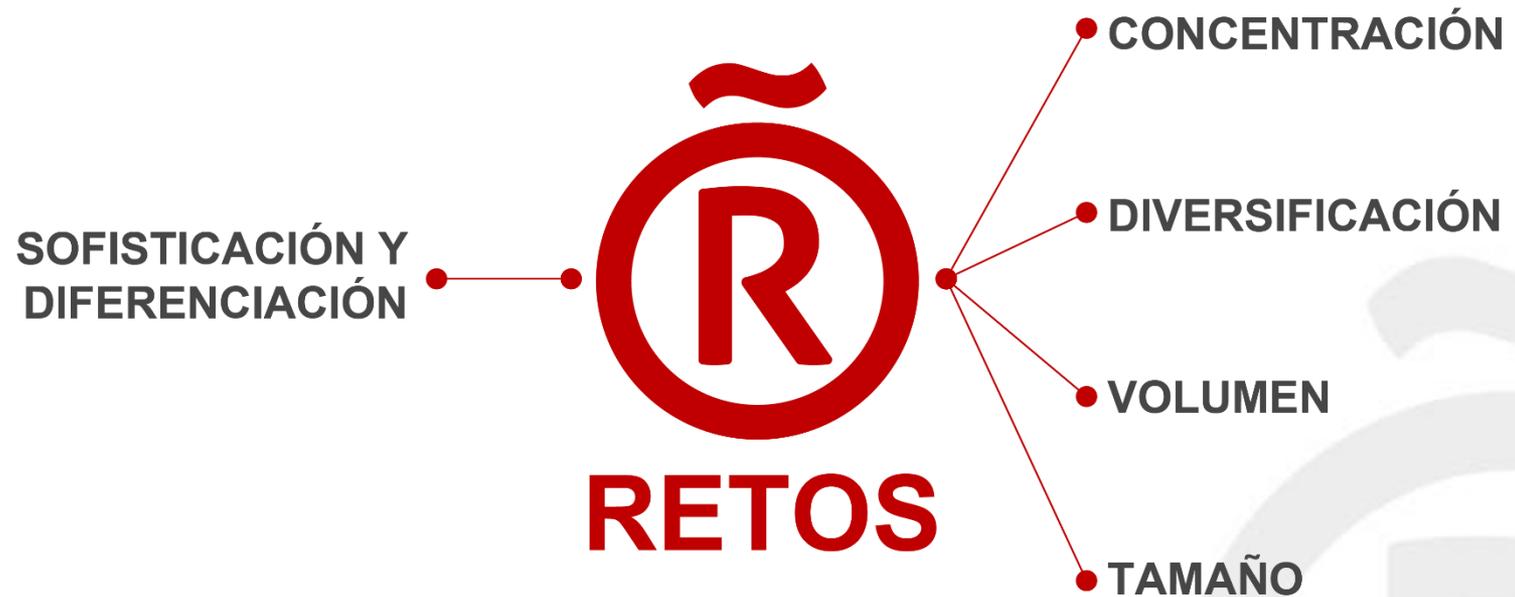
RETOS SECTOR EXTERIOR



RETOS SECTOR EXTERIOR

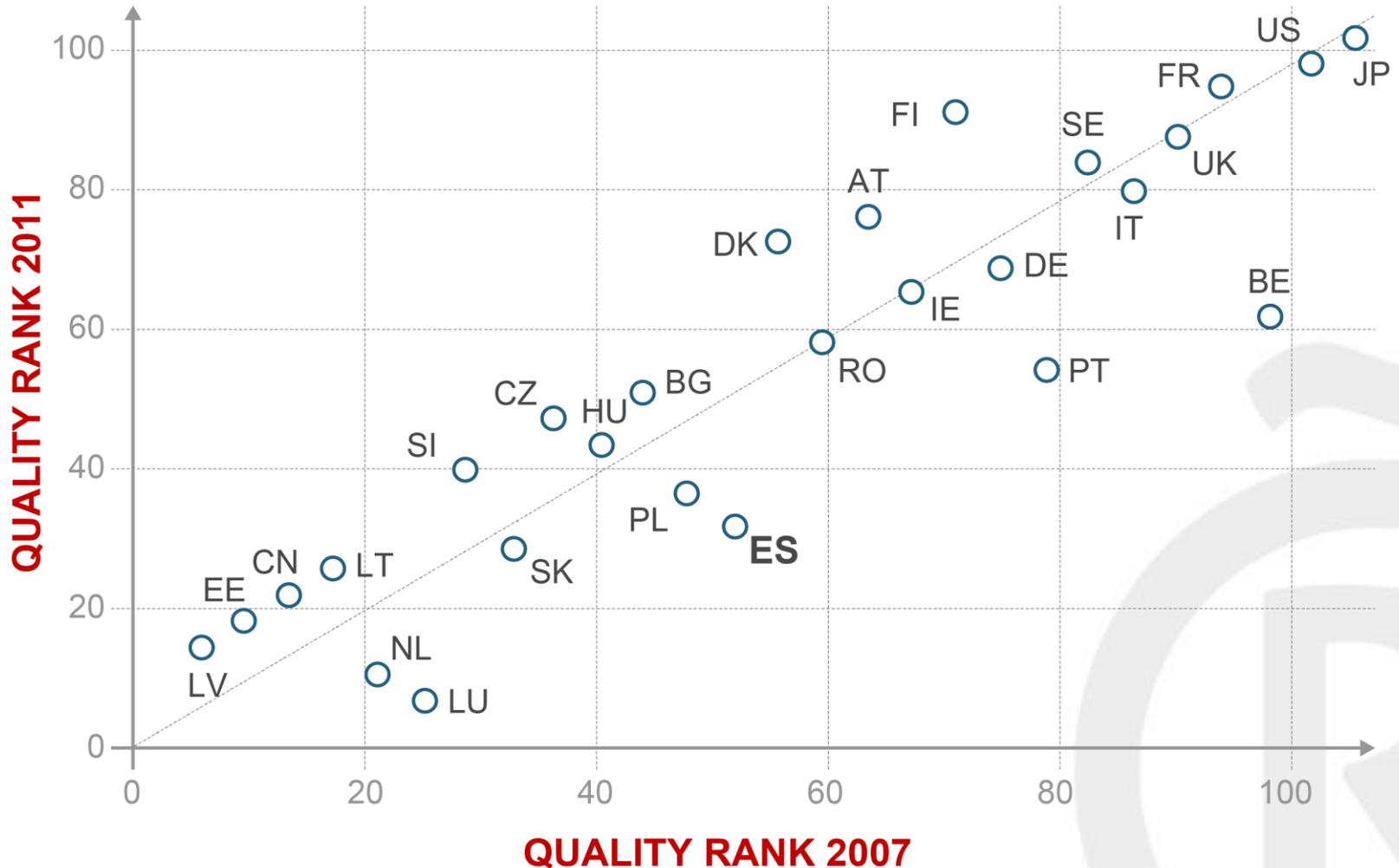


RETOS SECTOR EXTERIOR



SOFISTICACIÓN Y DIFERENCIACIÓN

BASADO EN PRODUCTOS DE ALTA CALIDAD

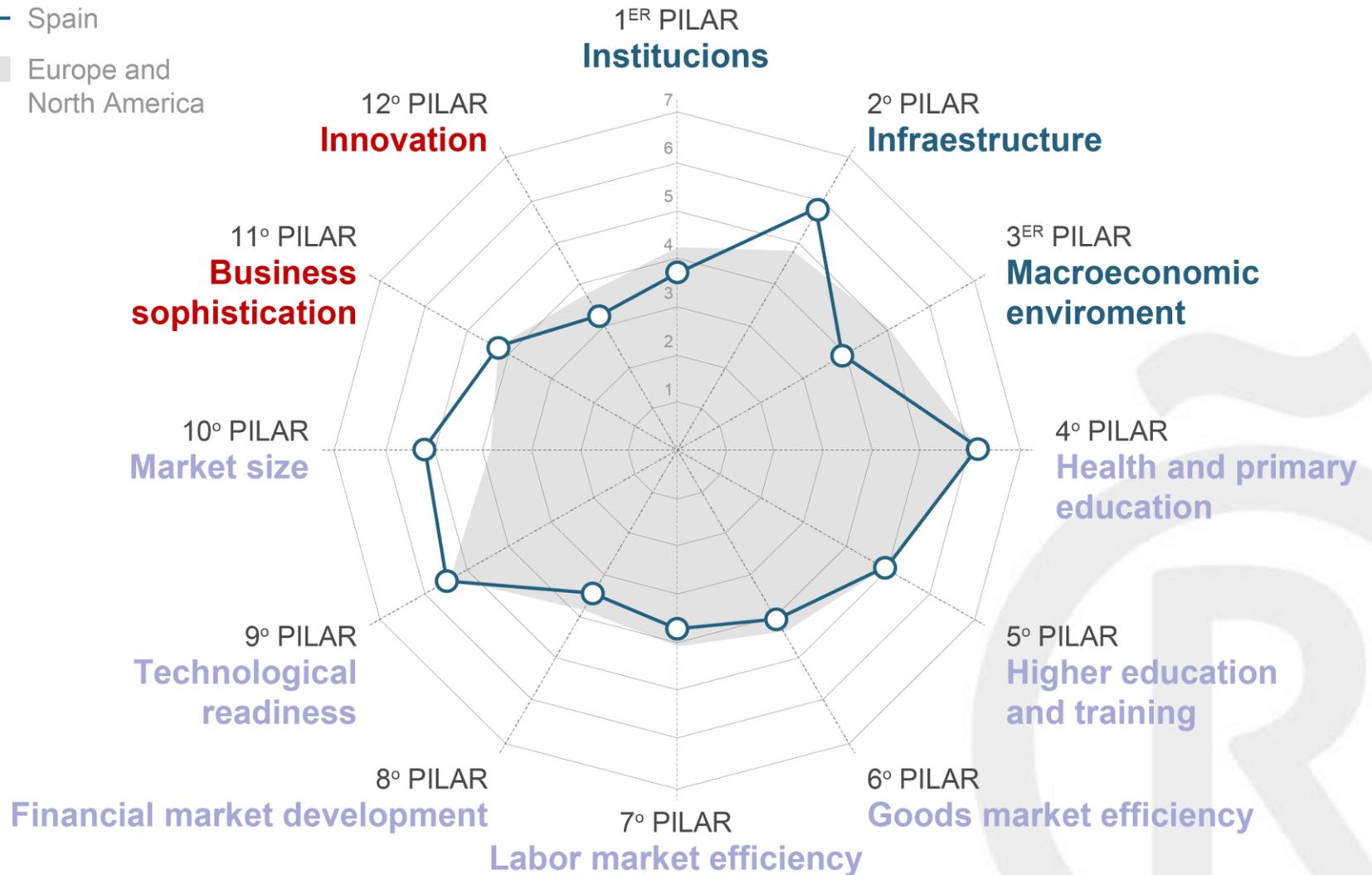


Productos de alta calidad exportados en la UE

SOFISTICACIÓN Y DIFERENCIACIÓN

—○— Spain

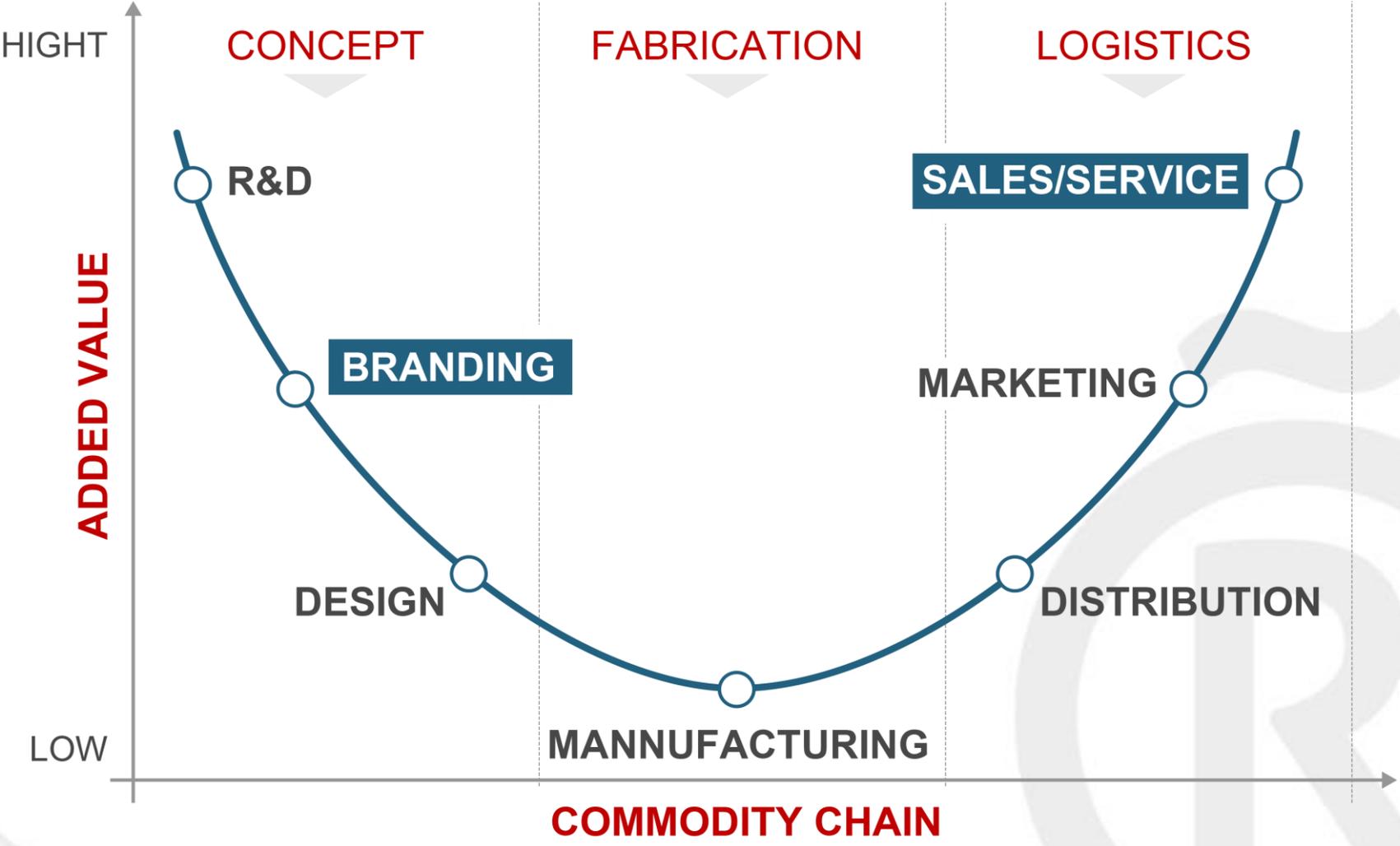
■ Europe and North America



“Existen demasiadas empresas *similares*, que emplean gente *similar*, que trabajan en roles *similares* y suelen generar ideas *similares*, producir cosas *similares*, con precios *similares* y de calidad *similar*.”

Kjell Nordstrom y Jonas Ridderstrale
Funky Business

CREACIÓN DE VALOR



CATEGORÍAS DE ACTIVOS INTANGIBLES

SEGÚN LA IFSR3

RELACIONADOS CON EL MARKETING

Marcas y nombres comerciales, marcas de servicio, marcas colectivas, marcas con certificación, imagen comercial (color, forma, diseño del embalaje), periódicos, dominio web, nombres y acuerdos de no competencia.

RELACIONADOS CON LOS CLIENTES

Lista de clientes, cartera de pedidos o de producción, contratos de consumo y relaciones con los consumidores, relaciones no contractuales con consumidores.

INTANGIBLES BASADOS EN CONTRATOS

Licencias; contratos de royalties; acuerdos de moratoria; contratos de publicidad; construcción; gestión, servicio o distribución; contratos de arrendamiento; permisos de construcción; permisos y contratos de franquicia; derechos de explotación y emisión; derechos de uso como perforación, agua, aire minerales, tala de madera y rutas establecidas; contratos de mantenimiento, como pueden ser los servicios hipotecarios; contratos laborales.

BASADOS EN LA TECNOLOGÍA

Tecnología patentada, software informático y esquemas de trazado, tecnología sin patentar, bases de datos, secretos comerciales como fórmulas, recetas o procesos secretos.

RELACIONADOS CON EL ÁMBITO ARTÍSTICO

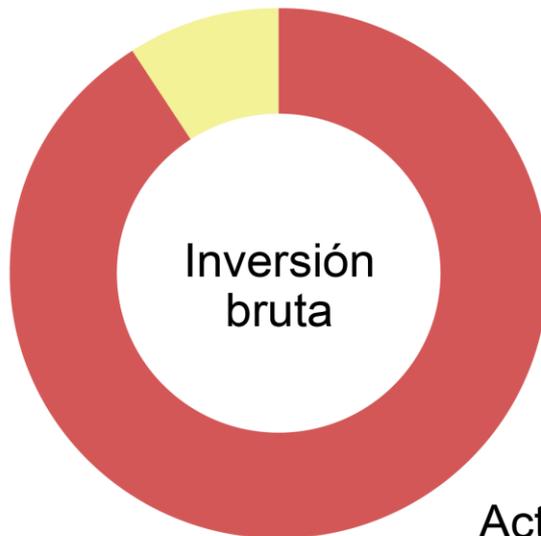
Obras, óperas y ballets; libros, revistas, periódicos y otras obras literarias; piezas musicales como composiciones, letras de canciones y sintonías comerciales; dibujos y fotografías; material audiovisual o videográfico, incluyendo películas, música, vídeos, etc.

INVERSIÓN BRUTA Y NETA

ACTIVOS MATERIALES VS INMATERIALES: ESPAÑA, ESTRUCTURA MEDIA 2000-2014 EN %

INVERSIÓN BRUTA

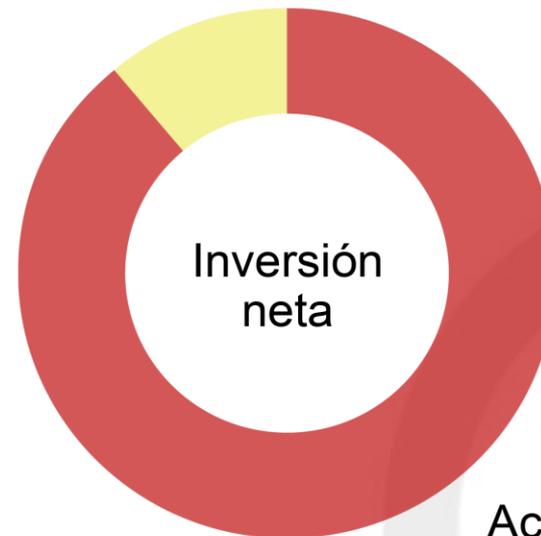
Activos
inmateriales
9,62



Activos
materiales
90,38

INVERSIÓN NETA

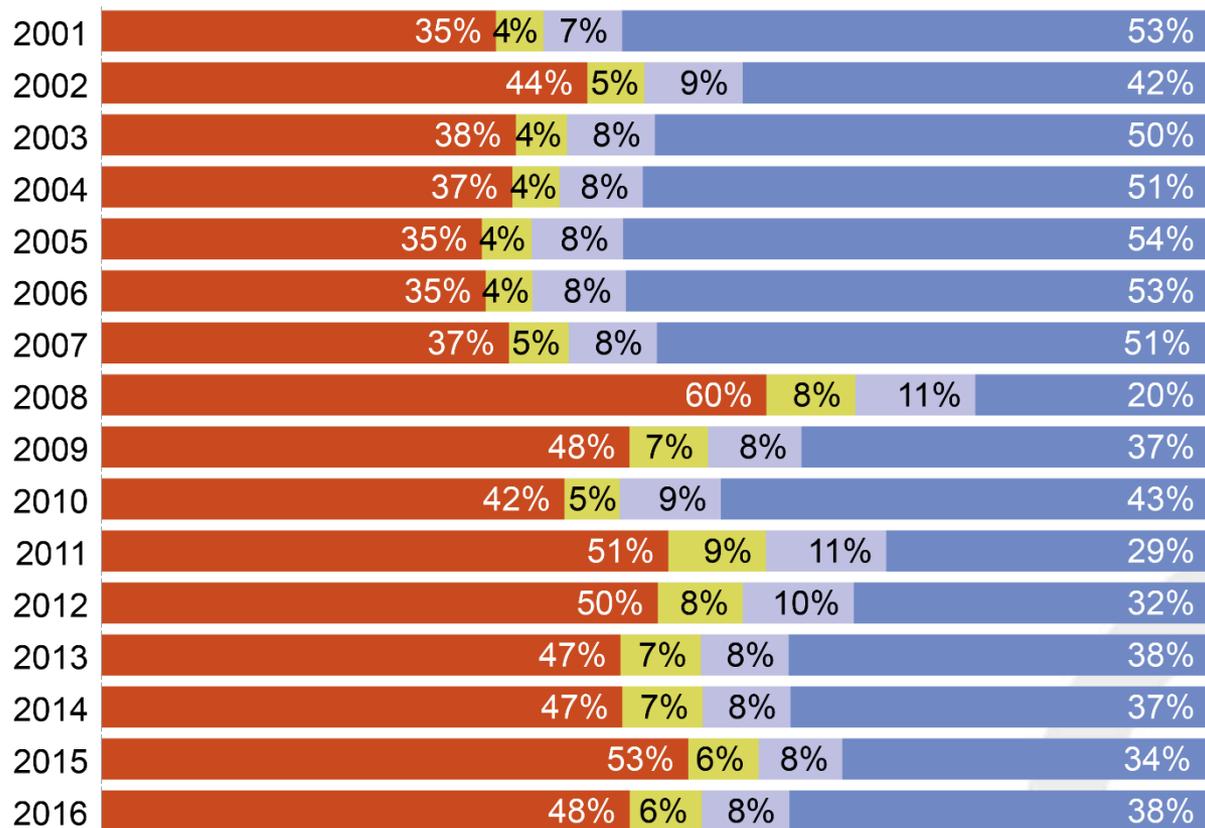
Activos
inmateriales
11,42



Activos
materiales
88,58

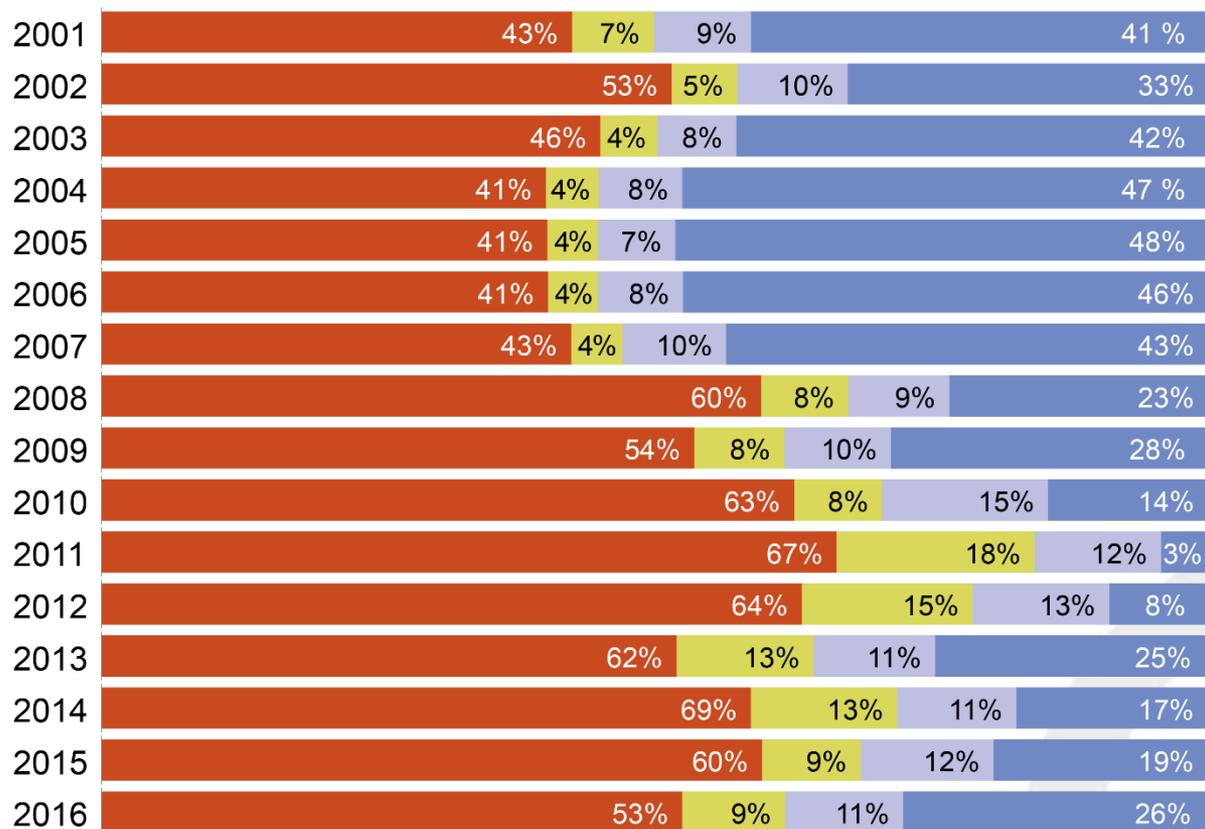
VALOR EMPRESARIAL GLOBAL

DESGLOSE



DESGLOSE DEL VALOR EMPRESARIAL

DATOS DE ESPAÑA



Activos tangibles

Activos intangibles declarados

Plusvalía declarada

Valor oculto de los intangibles

CLASIFICACIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES

SEGÚN LA IFSR3

1· FORMACIÓN DIGITALIZADA (Software y Bases de Datos)

2· PROPIEDAD DE LA INNOVACIÓN

2a· I+D

2b· Prospección minera y originales de obras recreativas, literarias o artísticas

2c· Diseño y otros nuevos productos

3· COMPETENCIAS ECONÓMICAS

3a· Publicidad

3b· Estudios de Mercado

3c· Capital humano específico de la empresa (formación a cargo del empleador)

3d· Estructura organizativa

3d1· Estructura organizativa adquirida

3d2· Estructura organizativa propia

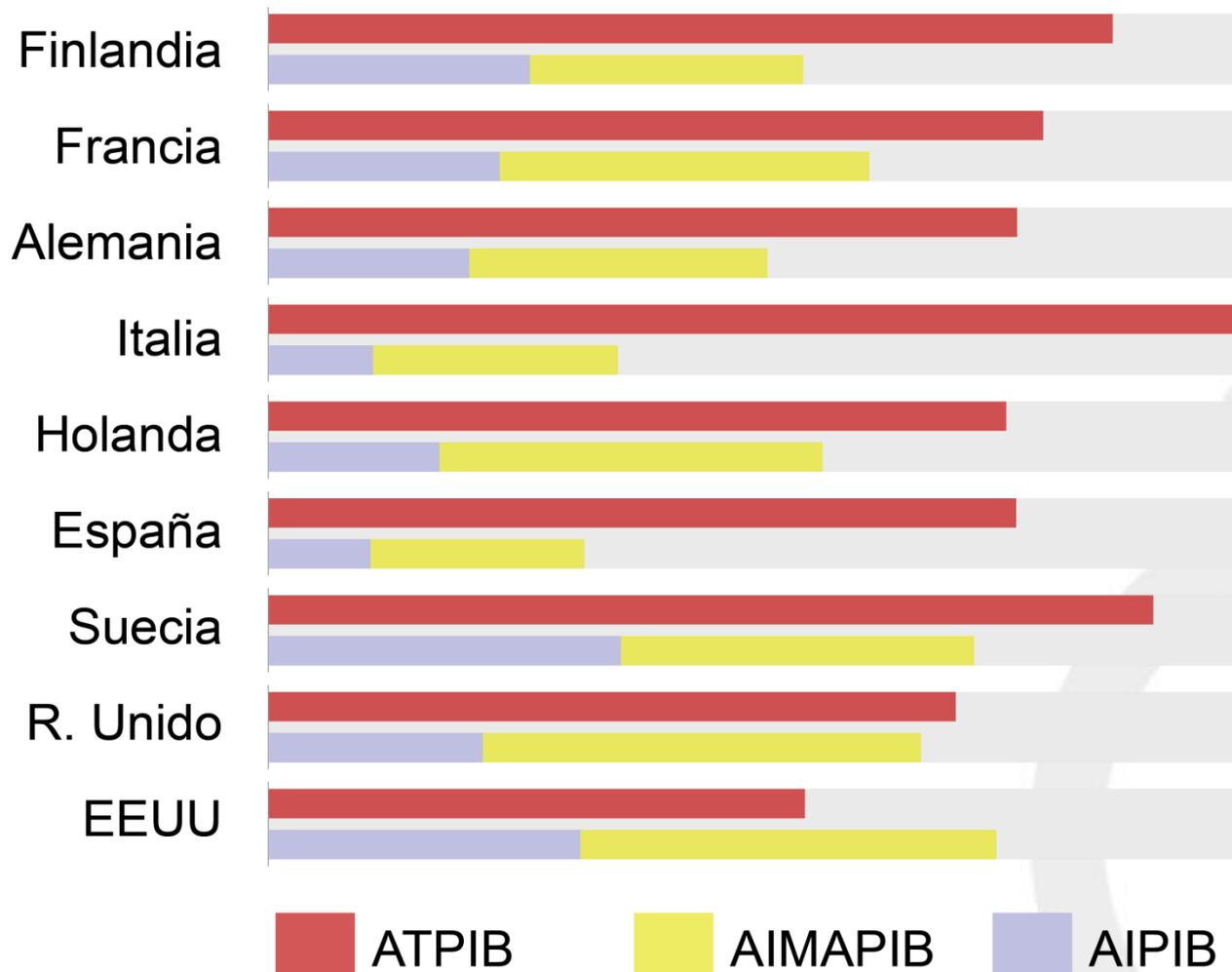
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES INCLUIDOS EN EL PIB = AIPIB (1+2a+2b)

TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES MÁS ALLÁ DEL PIB = AIMAPIB (2C+3)

TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES = AI = AIPIB + AIMAPIB (1+2+3)

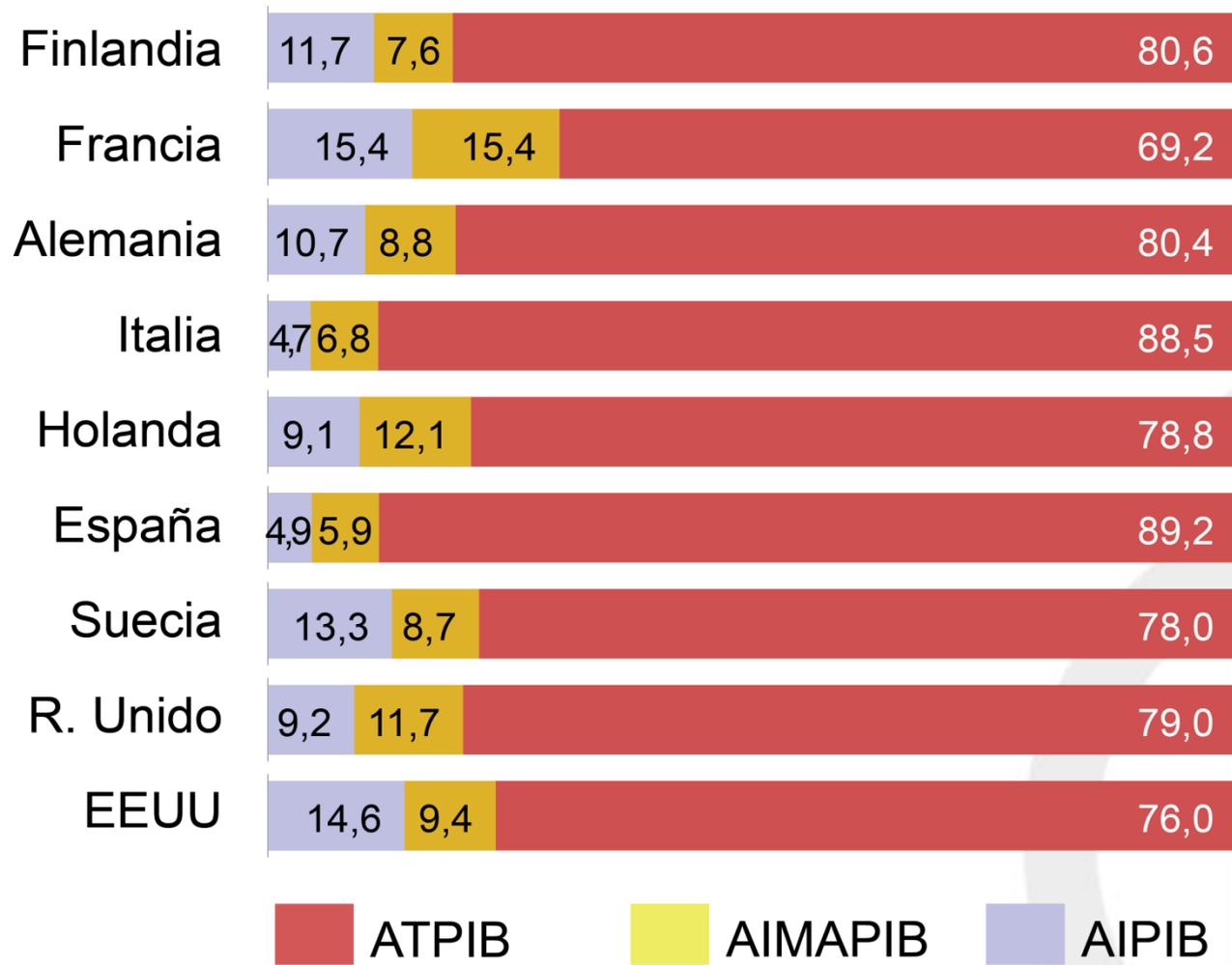
INVERSIÓN TANGIBLE E INTANGIBLE

SOBRE EL PIB AMPLIADO: ATPIB, AIPIB Y AIMAPIB. SECTOR PRIVADO. PROMEDIO 1995-2010 EN %.



CAPITAL NETO TANGIBLE E INTANGIBLE

ATPIB, AIPIB Y AIMAPIB. SECTOR PRIVADO. PROMEDIO 1995-2010 EN %.



EL VALOR DE LA MARCA



GENERAN
PREFERENCIA



PRINCIPAL EMBAJADOR
DE LA EMPRESA



MAYORES
MÁRGENES



FACILITAN APERTURA
DE MERCADOS



MAYOR
LONGEVIDAD



GENERAN
ORGULLO



EXTENSIBLES
Y LICENCIABLES



CAPACIDAD DE
COMUNICACIÓN

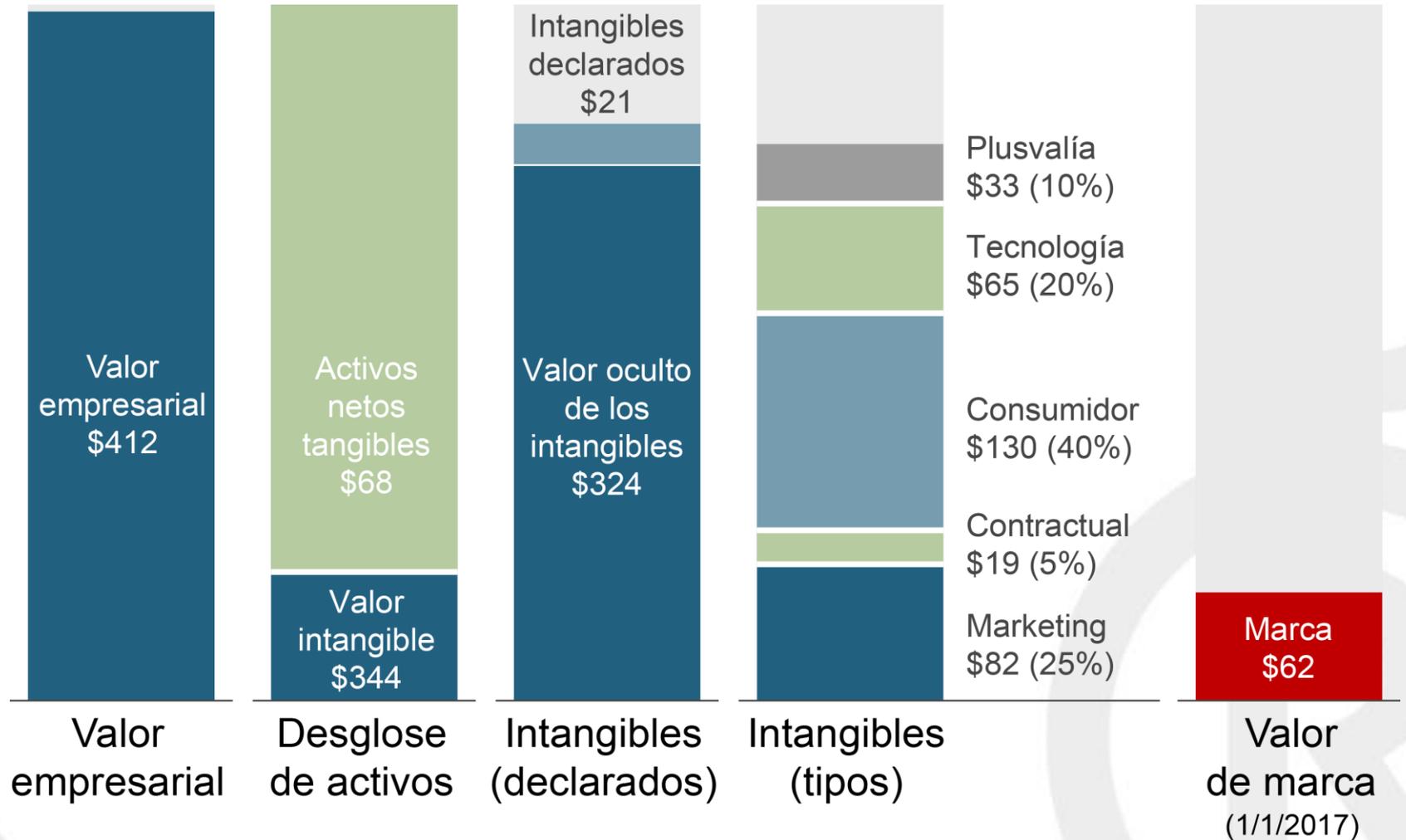


CAPACIDAD DE ATRAER
TALENTO, INVERSORES
Y PARTNERS



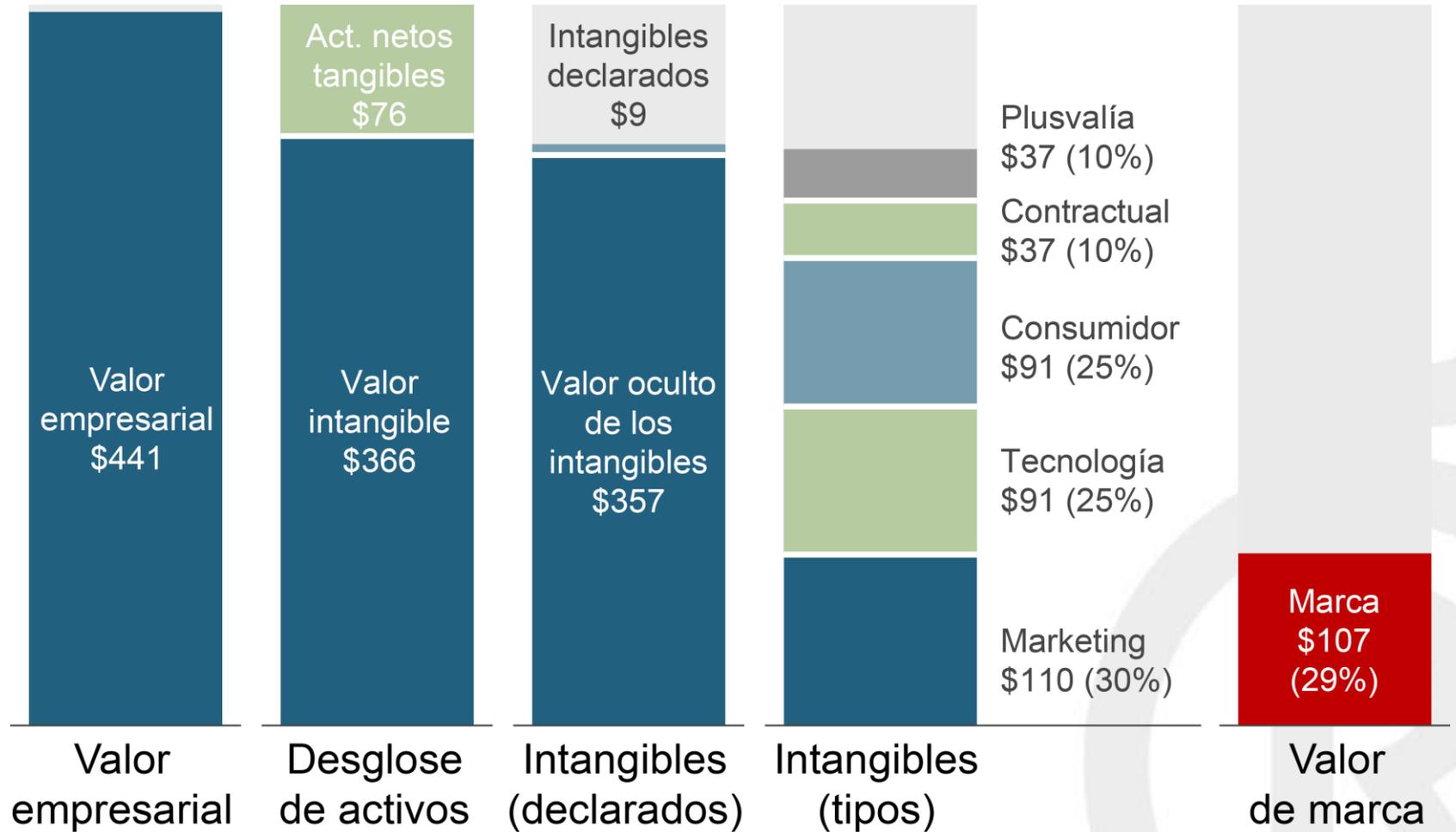
FACEBOOK INC.

USDbn



APPLE

AS OF 31ST OF OCT 2016





Foro de Marcas Renombradas Españolas

MUCHAS GRACIAS

MADRID, 7 DE NOVIEMBRE DE 2017

