

29 de octubre de 2009 15:52:40

Emprenemjunts.



Portada Noticias Artículos Entrevistas Business Angels Herramientas Desarrollo Local Enlaces [CEEI Alcoy](#)

Buscar Quienes somos

## El valor de mi marca, el valor de mi empresa.

Imprimir Enviar

26 de Octubre de 2009

**En la batalla por conquistar la mente del consumidor la marca ocupa el lugar más destacado**

Entre el conjunto de noticias sobre crisis y fútbol, hace unas semanas mereció mi atención una reseña que vinculaba economía y deporte: el Club de Baloncesto Estudiantes había conseguido un préstamo de más de un millón de euros al avalar la operación con su marca "Estudiantes" que fue valorada en doce millones de euros. Desconozco si en la valoración incluyeron también el signo "La Demencia", marca que concentra como pocas la filosofía de un conjunto que es mucho más que un equipo de baloncesto.

Es un dato más revelador de que las marcas se han convertido en un activo empresarial de mucho valor. **En la batalla por conquistar la mente del consumidor** ("Posicionamiento: la batalla por su mente" Al Ries y Jack Trout; ed. Mc Graw Hill) **la marca ocupa el lugar más destacado porque cumple con algunas de las misiones más importantes: entre otras, permite reconocer la calidad del producto ahorrando esfuerzos al consumidor en el momento de la elección.**



La marca forma parte del conjunto de activos de la empresa que reciben el nombre de intangibles. Hay otros activos intangibles en la empresa: patentes, secretos de empresa, responsabilidad social corporativa, atención al cliente, diseños, software, calidad, web, conocimiento, capital humano e intelectual, publicidad, licencias de uso, forma de presentar el producto, nuevos modelos de negocio, reputación, etc. De todos ellos, al menos para la mayoría de las empresas de la provincia, **el activo intangible más importante es la marca, siempre después del capital humano que la crea y la gestiona.**

El incremento de la importancia de los activos intangibles en relación con los tangibles en el valor total de la empresa ha ido en aumento en los últimos años. Así, mientras que en el año 1978 el valor de las empresas residía en un porcentaje del 83% en los bienes tangibles y en un 17% en los intangibles, en el año 2008 esta proporción había variado de la siguiente forma: **valor de la empresa = 30% bienes tangibles, 70% bienes intangibles (Brookings Institution)**

Revelador el siguiente caso relatado en cronista.com que se hacía eco de la siguiente operación: el grupo de vinos argentinos Cartellone había vendido su marca Premium "Telteca", por una cifra que no trascendió. Lo verdaderamente curioso del caso es que el precio se pactó por la compra de la marca, su red de distribución local y mundial y el traspaso del equipo técnico y comercial, pero no se incluyó en la operación ni las 150 ha. de viñas, ni tampoco la bodega. Es decir, en la compraventa sólo se incluyeron activos intangibles (marca, distribución – posicionamiento y capital humano); se despreciaron los activos tangibles (tierras y bodega).

¿Cuánto vale la marca "Estudiantes"? La respuesta es sencilla, doce millones de euros; pero ¿cuánto vale la marca "Estudiantes" para los que aman a Estudiantes? Se podría pensar que cuando el amor y el dinero coinciden la objetividad salta por la ventana. Pero eso no es del todo cierto; seguramente, los "calculadores de valor" de la marca tuvieron en cuenta el cariño de la afición del Magariños para establecer su rango; ese cariño al final se mide, entre otros datos, por el número de camisetas vendidas, el número de empresas a las que les gustaría pagar por hacer productos con la marca "Estudiantes" o el número de empresas a las que les gustaría publicitarse en su camiseta y lo que estarían dispuesto a pagar por ello. Así pues **hay fórmulas que permiten calcular el amor y la fidelidad a una marca y transformarlo en valor de una marca.**

En agosto de 2006, el Financial Times informaba que el grupo automovilístico alemán BMW había vendido su marca Rover a la empresa china SAIC por un precio final de 21 millones de dólares; con esta operación la compañía asiática podía colocar la insignia de Rover en los vehículos que fabricaría a partir de las semanas siguientes en China. Tiempo atrás, SAIC había adquirido los derechos sobre los diseños de diferentes modelos de coche Rover, con lo que en poco tiempo, había completado su estrategia que consistía básicamente en adquirir todo lo que le interesaba de su antiguo competidor británico: marcas y diseños de coches. Además, se dio la especial circunstancia de que, a raíz de esta operación, dos marcas que habían estado unidas durante muchos años, MG y Rover, volvían a competir, ya que los derechos sobre la marca MG y los diseños de sus coches habían sido adquiridos por otra empresa china: Nanking Automotive. Bienes intangibles: marcas y diseños, fueron el objeto de la operación. A las mercantiles asiáticas no les interesó la fábrica, el stock, la maquinaria, ni siquiera, el personal; compraron la marca y compraron el diseño de los coches y trasladaron la producción a Asia.

Es un claro ejemplo de la economía actual, en la que **es parte importante para la competitividad de las empresas una acertada gestión de los bienes intangibles de la empresa.**

**Calcular el valor de mi marca, que, como hemos venido manteniendo, supone conocer, al menos, el valor del 70% de mi empresa es útil, entre otras cosas, para calcular los royalties que debo percibir por dejar que otros la usen, gestionar mejor mi portafolio de marcas, comparar el éxito de diferentes estrategias de posicionamiento de marcas y por lo tanto de diferentes equipos de marketing, para establecer asignaciones presupuestarias de forma más justa, incluir su valor en el balance contable de la compañía, para fusiones y adquisiciones o compraventas y licencias, para comparar su valor con el de otras marcas competidoras, etc.**

Cuando pensamos en el incremento del negocio de la franquicia, debemos tener en cuenta que será muy difícil establecer el royalty que el franquiciado deberá pagar al titular de la marca si desconocemos su valor. En un simil fácilmente entendible ¿podría determinarse el alquiler mensual de una vivienda sin tener en cuenta el precio del piso?

En estos momentos complicados para todos, **conocer y utilizar el valor de mi marca puede ayudarme a solicitar un**



### Agenda

| << Octubre >> |    |    |    |    |    |    | 2009 |
|---------------|----|----|----|----|----|----|------|
| Lu            | Ma | Mi | Ju | Vi | Sá | Do |      |
|               |    |    | 1  | 2  | 3  | 4  |      |
| > 5           | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 | 11 |      |
| > 12          | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |      |
| > 19          | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |      |
| > 26          | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |    |      |

### Próximos Eventos

Hoy 09:30

> **Desayuno empresarial "Aprovechar Internet en la empresa: Marketing on-line"**

La Concejalía de Promoción Económica del Ayuntamiento de Benissa, a través de AFIC-CREAMA y en colaboración de la empresa Consultores Valencia, ha organizado una sesión formativa d... [más]

Benissa - Ventas y marketing - Talleres -

Hoy 19:00

> **Jornada "Iniciador"**

Jornada organizada por la Agencia Local del Ayuntamiento de Alicante y coordinada por la asociación Perros Viejos cuyo objeto es fomentar el networking de emprendedores para los em... [más]

03001 Alicante - Emprendedurismo - Jornadas -

04/11/2009 09:30

> **Taller "Promoción de ventas"**

Taller organizado por la Agencia Local del Ayuntamiento de Alicante que se enmarca en el Seminario de cualificación para personas emprendedoras. La finalidad de este taller es difu... [más]

03001 Alicante - Emprendedurismo - Talleres -

05/11/2009 11:00

> **Jornada "Cómo contratar con la administración"**

Actividad práctica organizada por la Agencia Local del Ayuntamiento de Alicante e impartida por José María Simón (Jefe del Servicio de Contratación del Ayuntamiento de Alicante) cu... [más]

03001 Alicante - Emprendedurismo - Jornadas -

10/11/2009 10:00

> **Curso de creación de empresas "De la idea a la puesta en marcha"**

Curso organizado e impartido por la Agencia Local del Ayuntamiento de Alicante que tiene como finalidad formar a los emprendedores en el proceso de creación y gestión de su proyect... [más]

03001 Alicante - Emprendedurismo - Cursos -

10/11/2009 16:30

> **Seminario "Generación de ideas y plan de empresa"**

El Seminario 'Generación de ideas y plan de empresa' se enmarca dentro de la iniciativa Empredeaventura 2009. Se trata de un

**préstamo o una línea de crédito en el que mi signo actúe como aval que garantice a la entidad financiera la devolución** (doctrina "Estudiantes"); puede servirme incluso para avalar el aplazamiento del pago de impuestos.

Aunque el ranking de las marcas de mayor valor nos pueda llevar a engaño, no debemos caer en el error de pensar que sólo las grandes marcas son susceptibles de ser valoradas y que sólo a sus dueños y empresas les importa ese valor. Lo cierto es que una marca es tan importante para un gran multinacional como para una PYME de Alicante. Tan importante porque, en definitiva, **los años de trabajo, el esfuerzo del empresario y los trabajadores, el prestigio, la reputación, la calidad del producto y la publicidad de nuestra empresa acaban concentradas, en una suerte de destilado "gran reserva" en un envase pequeño pero cuyo valor es tan inmenso que, en muchos casos, trasciende el valor mismo del producto en el que está impresa.**

Ese pequeño envase es mi marca, su valor es, en gran parte, el valor de mi empresa.

Salvador Sánchez Quiles, Clarke, Modet & Co. España.

M<sup>a</sup> Carmen Castelló Bonet

Visitas: 90

Nº Votos: 20

Valoración: 2.95

## Artículos recientes

Innovación

**Eduardo Navarro (IMPROVEN): Las diferencias entre los mejores y la media reside en actuar en las líneas de acción que llamamos "El decálogo de oportunidades estratégicas y operativas"**

[Descárgate el resumen del libro: ¿Quieres salvar tu empresa?](#)

Aunque la creencia popular es que este nuevo entorno, que podríamos llamar crisis, es una mala noticia para todas las empresas, la realidad es distinta. Sistemáticamente hay empresas que salen victoriosas en situaciones complicadas. Para identificar las diferencias entre los vencedores y los perdedores, en Improven hicimos un profundo estudio ... [más](#)

Emprendedurismo

## Ingenio, creatividad y pensamiento divergente

El ingenio, la creatividad y el pensamiento divergente como elementos clave para conseguir el éxito empresarial

Ismael Quintanilla ofreció el pasado 23 de octubre la conferencia Ingenio, creatividad y pensamiento divergente dentro de la Jornada Emprerent Junts'09, organizada por CREAMA-Dénia y CEEI Alcoy.

Su ponencia tuvo como objetivo analizar y proponer las estrategias más adecuadas para que los emprendedores logren el éxito de sus proyectos ... [más](#)

[Descárgate la presentación 'Ingenio, creatividad y pensamiento divergente'](#)

Innovación

## El valor de mi marca, el valor de mi empresa.

**En la batalla por conquistar la mente del consumidor la marca ocupa el lugar más destacado**

Entre el conjunto de noticias sobre crisis y fútbol, hace unas semanas mereció mi atención una reseña que vinculaba economía y deporte: el Club de Baloncesto Estudiantes había conseguido un préstamo de más de un millón de euros al avalar la operación con su marca "Estudiantes" que fue valorada en doce millones de euros. Desconozco si en la ... [más](#)

## Artículos mas valorados

- Las emociones que transforman a los directivos en líderes
- ¿Qué son las Agencias de Desarrollo Local?
- Técnicas de Creatividad
- ¿Quiénes son tus clientes? ¿Dónde están? ¿Qué compran? ¿Qué valoran?
- Eduardo Navarro (IMPROVEN): Las diferencias

proyecto puesto en marcha por el CEEI Alcoy y los ayun... [\[más\]](#)

03804 Alcoy - Emprendedurismo - Seminarios -

11/11/2009 09:00

**> Taller "Constitución, crecimiento y cambios en los distritos industriales alicantinos del juguete-plástico y del textil"**

Taller organizado por el Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Alicante e impartido por el CEEI Alcoy, que tiene como finalidad analizar la constitución y consolida... [\[más\]](#)

Sant Vicent del Raspeig - Sostenibilidad, Oportunidades - Talleres -



## Buscador

Buscar:

[\[Avanzada\]](#)

## Envíanos tus sugerencias

Nombre:

Correo:

## Autenticación

Usuario:

Contraseña:

[\[Regístrate\]](#)

|

|



[Emprenemjunts](#) | [CEEI Elche](#) | [CEEI Castellón](#) | [CEEI Alcoy](#) | [CEEI Valencia](#) | [Nacional](#) | [Día de la persona emprendedora](#)

| [Aviso Legal](#) |

