

Reflexiones, pensamientos e historias

15 de junio

*Doble mal ha hecho mi pueblo: a mí me dejaron, manantial de aguas vivas,
para hacerse cisternas, cisternas agrietadas, que el agua no retienen.*

Jr 2,13

En nuestro país la cultura del intangible de las empresas apenas empieza a explorarse ya que parece un activo poco socorrido; sin embargo, lentamente las personas comienzan a darse cuenta de que el beneficio que generan en sus empresas resulta más valioso muchas veces que todo su activo fijo e inversiones juntas, por ejemplo, solo la marca Coca-Cola tiene un valor 79,452 millones de dólares. De ahí que, muchas empresas que se posicionan en el mercado lo hacen con el valor primordial de su marca.

Pero la marca no es el único intangible que se genera en una empresa, pensemos un poco en una empresa suministradora de gas, genera una cartera de clientes tiene un valor de conformidad con el consumo que genera o bien la ruta de clientes que se puede vender por separado a la cartera de clientes.

Todas las empresas en el mundo generan diversos valores intangibles. En el caso de las firmas prestadoras de servicios lo son su prestigio, su renombre, la experiencia obtenida, pueden ser contadas como casos de éxito la documentación que se genera al interior, como ejemplo en una forma de abogados, los agravios constituidos para ganar asuntos, los procedimientos establecidos para darle seguimiento a los asuntos, la capacitación de sus integrantes, no en tanto costo económico, sino lo que se puede generar con el conocimiento adquirido.

¿Para qué sirve el valor del intangible a las empresas o a las firmas de servicios?

Para ser reconocidos en el mercado, en caso de solicitar créditos bancarios pueden garantizar con su intangible, a una empresa seria no le interesa perder su marca por una deuda, por ello se preocupará por pagar ya que su nombre vale más que un préstamo. Cuando alguien se interesa por la marca de una empresa, pagará el precio que tenga actualmente en el mercado, o bien pagará por la ruta de clientes y mucho más aún por la cartera de clientes, más si estos se encuentran sujetos ya a la forma de un contrato.

Que las empresas mantengan sus intangibles bien valuados y vigentes en el mercado, subiendo de valor constantemente, no solamente es el reconocimiento de su existencia y su poder en el mercado, sino que en su momento pueden transformar ese valor de su intangible en dinero.

¿Las personas física también generan intangibles? Por supuesto, al igual que con las empresas, veamos por ejemplo al Ché Guevara en las playeras, las canciones, la poesía, los textos para libros, las recetas de cocina, en fin un sin número de cosas que a diario se convierten en un intangible bien pagado como por ejemplo un director técnico de algún equipo deportivo.

Tú generas intangibles, aprende a darle valor y a transformarlo en dinero.

