
INTRODUCCIÓN

Es un hecho ya contrastado que las empresas necesitan tanto de los activos tangibles o materiales como los intangibles o inmateriales para llevar a cabo sus procesos productivos o su prestación de servicios. Con la llegada de la transformación digital de la economía y la sociedad, la inversión en activos intangibles se impone de una manera trascendental en las empresas sino quieren perder competitividad y productividad.

Los activos intangibles son por tanto aquellos activos que permiten el desarrollo de procesos y productos, o inversiones en habilidades organizativas, inversiones que permitan la creación o fortalecimiento de plataformas de producto que faciliten el posicionamiento de la empresa en nuevos mercados, etc., siempre que permitan una valoración económica y por la tanto una posible contabilización. Para que un activo pueda ser calificado como activo intangible ha de cumplir diversos requisitos. El primer requisito es cumplir la definición de activo. Eso aparta del sentido contable del término a aquellos elementos intangibles de los que no se pueda decir que son controlados por la empresa. Otro requisito es que cumplan los criterios de reconocimiento de los activos. Para ello, su valoración debe realizarse de forma fiable y ha de ser probable que se obtengan beneficios gracias a los intangibles que se reconozcan. Y un tercer requisito es que sean identificables. Para ser considerados identificables una primera posibilidad es que sean separables, es decir, que se puedan vender, arrendar o transmitir de cualquier otra forma distinta a su venta. En definitiva, se trata de que sean posibles formas de aprovechamiento por terceros de ese activo intangible. La otra posibilidad para que los activos intangibles sean considerados como identificables es que surjan de derechos contractuales o de la ley.

Las marcas, las patentes, el capital humano, la clientela, la organización, el diseño de producto, las estructuras internas, las cadenas de suministro o el *know-how* son solamente algunos ejemplos de intangibles de gran impacto en la vida de la empresa. A pesar de no estar recogidos en la contabilidad, es muy conveniente que la empresa se preocupe por cuánto pueden valer y si se van deteriorando con el paso del tiempo o determinados acontecimientos o si, por el contrario, su contribución a la valoración de la empresa se va reforzando con el tiempo. Este tipo de activos intangibles son muy útiles a la empresa porque permiten:

1. Mejorar su capacidad para incrementar las ventas. Por ejemplo, a través de las patentes, se pueden abrir nuevas líneas de negocio en las que obtener nueva demanda. También permiten incrementar la producción con los recursos tangibles disponibles. Por ejemplo, una empresa bien organizada puede producir más con los mismos recursos humanos y materiales. El incremento de la disposición a pagar por los productos de la empresa por parte de los clientes es otra vía por la que los intangibles pueden ayudar a generar más ingresos. Por ejemplo, una buena marca puede hacer que los clientes estén dispuestos a pagar más y obtener fidelización.
2. Reducir los costes de producción. La generación de los intangibles adecuados y su buena gestión están en la base del crecimiento de la productividad de la empresa, que permite reducir los costes de producción. Son muchos los ejemplos de esta contribución de los intangibles. Por ejemplo, el *know-how* permite realizar labores a la empresa que sin ese *know-how* serían imposibles en el corto plazo o que quizá fuesen abordables en el largo plazo con unos costes muy elevados.
3. Obtener ingresos por la cesión de derechos de uso sobre activos intangibles y la venta de los activos intangibles. Muchas empresas obtienen ingresos derivados de la cesión de derechos de uso de determinados activos intangibles como, por ejemplo, patentes, derechos de autor, compartiendo experiencias de la empresa útiles para sus clientes, etc. Un ejemplo de ello es el fortalecimiento de la marca.

En este monográfico de **Economía Industrial**, coordinado por la Profesora **Ester Martínez-Ros**, de la Universidad Carlos III de Madrid, se pretende abordar desde la perspectiva de la gestión diversos puntos clave de los activos intangibles y para ello se cuenta con variadas contribuciones que ayudan a aportar cierta luz al tema de la importancia de los activos intangibles para la economía y la sociedad.

En un primer bloque, se trata de entender la medición y la naturaleza de los activos intangibles. El artículo de **Mercedes Martos-Partal** y **Óscar González-Benito** explora el valor generado por las marcas, dado que construir y gestionar el capital de marca se ha convertido en una prioridad para las empresas. Concluyen que las marcas reportan beneficios al mejorar el ciclo de vida del cliente y la efectividad de las estrategias e instrumentos de marketing. Dichos beneficios se traducen en mejores rendimientos de la empresa en los mercados de producto y en los mercados financieros, así como permiten la captación de mejor capital humano a un menor coste. Un segundo artículo de **Celia Zárraga-Oberty** supone una aportación teórica para la aplicación de la evaluación del rendimiento a la Administración Pública, tratando de medir el nivel de rendimiento de un individuo ya que es una variable que incorpora componentes tanto tangibles como intangibles. En la medida en que un puesto de trabajo consista en la realización de tareas, deberes o responsabilidades cuyos resultados no sean fácilmente objetivables ni cuantificables, la medición se vuelve más complicada y la herramienta de evaluación del rendimiento, en algunos casos, llega incluso a descartarse. Finalmente, **Sonia Quiroga**, **Pablo Martínez-Juárez** y **Bas Amelung** aportan una visión sociológica de la naturaleza de dichos activos. Presentan un marco conceptual para la medición de activos medioambientales, a la vez que un resumen de metodologías propuestas para su análisis. Se hace especial hincapié en cómo las inversiones en intangibles ambientales pueden revertir sobre la empresa. Los beneficios sociales pueden verse por ello como co-beneficios de estrategias que busquen incrementar sus beneficios. Esto, por otra parte, no puede ser logrado sin el acompañamiento de políticas que fomenten la educación ambiental de las sociedades, puesto que no existe posibilidad de que los beneficios privados aparezcan si no es en el contexto de sociedades con preferencias estrictamente positivas con respecto a las medidas de protección ambiental.

En un segundo bloque, se tienen tres artículos que tratan de caracterizar los activos intangibles a través de la mirada y estudio de sus determinantes. En el primero, **Sonia Siraz** y **Julio O. de Castro** analizan la legitimidad empresarial y su efecto en la supervivencia de las empresas. La legitimidad es un intangible importante para las empresas, en particular para emprendedores que sufren los costes y riesgos de la novedad. Los autores establecen una clasificación de la legitimidad basada en seis dimensiones (bienestar humano, animal, socio-económico, medioambiental, moral, protección de la herencia cultural) para caracterizar las industrias y determinar el grado de controversia existente en el tejido industrial. Su principal conclusión es que mientras que el bienestar animal, bienestar del medio ambiente, bienestar humano y bienestar moral van a influir de forma negativa en la percepción de legitimidad de la industria, los de protección de la herencia cultural y bienestar socio económico van a ejercer una presión positiva sobre la legitimación de la industria. **Mercedes Teruel** y **Paula Quiroz** presentan un estudio en el que la diversidad de género es un factor de impulso para innovar a nivel regional. La diversidad entendida como activo clave intangible en las empresas permite aportar amplias y diversas perspectivas e ideas que fomentan la capacidad de innovar y de patentar cualquier organización. Puede concluirse que las regiones europeas donde la presencia de mujeres en el ámbito científico es superior, provoca un aumento de la capacidad innovadora. El modelo generado a nivel europeo muestra que existen impactos positivos en la generación de patentes cuando hay un aumento en el porcentaje de mujeres empleadas en el sistema científico y tecnológico, cuando aumenta la inversión en I+D per cápita, cuando hay mayor formación bruta de capital, cuando disminuye el porcentaje de población con educación secundaria y cuando hay una mayor cantidad de científicos per cápita. En el trabajo de **Fernando Merino de Lucas**, se analiza en qué medida aquellos sectores cuyas empresas han aumentado más su inversión en activos intangibles han logrado aumentar más sus ventas a cada uno de los principales mercados de exportación durante el periodo de la crisis económica para 27 países estudiados. Los resultados muestran que aquellos sectores que más han invertido en capital humano específico de la empresa durante los años de la crisis son los que más han aumentado sus exportaciones totales. Los resultados corroboran que el ritmo inversor de los últimos años es suficiente para explicar el comportamiento de las exportaciones, si bien en el caso de las inversiones en capital humano específico para la empresa o en la estructura organizativa las inversiones de periodos más lejanos de tiempo son factores relevantes.

Por último, el tercer bloque de contribuciones analiza los efectos de los intangibles en los resultados de las empresas. **Dolores Añón Higón**, **Juan A. Máñez**, **María E. Rochina-Barrachina**, **Amparo Sanchis** y **Juan A. Sanchis** investigan el papel de los activos intangibles en la convergencia de las empresas manufactureras españolas hacia la frontera tecnológica europea y comprueban que una mayor inversión en intangibles medidos a través de información digitalizada, propiedad de la innovación y competencias, contribuyen significativamente a la convergencia de las empresas manufactureras españolas a la frontera tecnológica europea. El artículo de **Sara Campo Martínez** y **Jano Jiménez Barreto**, estudia uno de los intangibles de

mayor importancia para el crecimiento de las PYMEs de las economías desarrolladas, el capital directivo y las buenas prácticas de gestión. Únicamente un 26% de ellas, principalmente medias empresas y en menor medida pequeñas empresas, realizan un nivel medio o alto de buenas prácticas de gestión, lo pone en evidencia las claras deficiencias que tienen estas empresas en su gestión interna. Para las micro-empresas, la situación es aún más grave, pues el 58% de ellas no realiza ninguna buena práctica de gestión. Diferenciar y ajustar las políticas de apoyo para este tipo de empresas sería una medida de revitalización más efectiva que la aplicación de políticas homogéneas para todas las PYMEs con independencia de su tamaño. **Lucía Garcés** y **Ana Lucía Caicedo Leitón** investigan las prácticas de alto compromiso o STAR y su influencia en la productividad. El sistema de trabajo de alto rendimiento une los recursos intangibles de la empresa, los sistemas sociales y técnicos (personas y tecnología), y los alinea con la estrategia de la empresa, asegurando una perfecta armonía entre las prácticas y los objetivos de la compañía, por lo tanto, mejora el desempeño personal y los sentimientos de pertenencia de los trabajadores haciéndolos más productivos, con lo que la productividad de la empresa se ve favorecida. Por último, **Ferrán Vendrell-Herrero**, **Oscar F. Bustinza** y **Esteban Lafuente** concluyen el bloque con un análisis de los nuevos modelos de innovación que incorporan la innovación producto-servicio o *servitización* y su capacidad de poderla implementar depende en gran medida de las capacidades intrínsecas de la empresa. En su trabajo, se preguntan si la rentabilidad de este tipo de innovación depende de la vida útil del producto y confirman que empresas multinacionales que ofertan productos de larga vida útil tienen más éxito al generar sinergias entre las nuevas competencias desarrolladas (IPS) y las competencias existentes (i.e., diseño y desarrollo de producto). La IPS facilita el desarrollo de competencias conjuntas que cubren mejor las necesidades tecnológicas de sus clientes, reduciendo su necesidad de realizar inversiones específicas.

ECONOMÍA INDUSTRIAL no se solidariza necesariamente con las opiniones expuestas en los artículos que publica, cuya responsabilidad corresponde exclusivamente a sus autores.