

REALIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES EN MÉXICO

Mónica Elizabeth Alcalde Jiménez

Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Celaya

monica.alcalde@itcelaya.edu.mx

Julio Armando Asato España

Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Celaya

julio.asato@itcelaya.edu.mx

Julio César Jiménez López

Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Celaya

rojinegro_88@hotmail.com

Resumen

Cuando se desea cuantificar el valor de una empresa, algo usual es dimensionar los recursos materiales y económicos representados contablemente como el activo, sin embargo, elementos como; la gestión del conocimiento interno a la organización, los derechos de uso exclusivo o bien los signos distintivos que conforman los activos intangibles, los cuales toman especial relevancia y valor para las organizaciones, ya que representan posibilidades estratégicas importantes que adecuadamente manejadas pueden significar grandes beneficios económicos y de prestigio para las mismas. En este artículo se presenta el resultado de un estudio sobre los activos intangibles, comenzando con la conceptualización del tema de interés, su identificación y caracterización, llevado desde un contexto internacional hasta el ámbito nacional, para después realizar un proceso crítico para identificar las posibilidades y retos que sobre el tema es pertinente considerar, para estar en línea con las tendencias estratégicas de un mundo altamente competitivo.

Palabras claves: *activos Intangibles, propiedad industrial, derechos de autor.*

Abstract

When it is desired to quantify the value of a company, it is customary to size the material and economic resources represented as the asset, however, such elements as; the management of the internal knowledge to the organization, the exclusive use rights or the distinctive signs, make up the intangible assets which are of special relevance and value to the organizations, since they represent important strategic possibilities that can adequately handle great economic and of prestige for them. This article presents the results of a study on intangible assets, starting with the conceptualization of the topic of interest, its identification and characterization, carried from an international context to the national level, and then performing a critical process to identify the possibilities and challenges that on the subject is relevant to consider, to be in line with the strategic trends of a highly competitive world.

Keywords: Assets Intangibles, industrial property, copyright.

1. Introducción

Los activos intangibles se refieren a aquellos bienes o derechos identificables no monetarios, que a pesar de no contar con sustancia física, son potencialmente capaces de generar o representar importantes beneficios económicos, aunado a que son susceptibles de ser explotados directamente o a través de terceros, mediante su transferencia, renta, venta o intercambio (Delgado, 2010). Los bienes intangibles adquieren especial relevancia a mediados del siglo XX, anteriormente el éxito de las empresas era reflejado o fue producto de los activos tangibles tales como instalaciones, edificios, maquinaria, inventarios y producción, entre otros. En la segunda mitad del siglo pasado conceptos como valor de marca y propiedad intelectual tomaron especial importancia, a finales de ese siglo y con la era digital, las posibilidades de desarrollo (o pérdida) de recursos intangibles se multiplicaron sensiblemente.

Una característica de los activos intangibles que identifica la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), es que el activo implique un beneficio económico al propietario legal de este derecho, sin embargo, el mismo

organismo señala que la existencia de los medios legales para regular dicha propiedad es relevante pero no necesaria para la identificación de un bien como intangible, lo cual es algo paradójico (Barret y Milewska, 2012), de esta manera, la OCDE no considera estrictamente necesaria la existencia de un esquema de propietario económico, sino más bien de la propiedad de los beneficios (*beneficial ownership*), lo cual en un segundo razonamiento resulta congruente por la naturaleza inmaterial de lo que se está tratando.

En el ámbito empresarial, los activos intangibles son cada vez más importantes para las organizaciones, aunque no todos aparecen valorados en la información financiera porque son difíciles de identificar, controlar y medir. Esto es debido a que los activos intangibles no están valuados de forma adecuada y muy pocas veces son registrados e incluso, en ocasiones se desconoce de su existencia.

En los últimos años, el cambio en la percepción del valor de una organización vinculado a activos intangibles es cada vez más evidente, aspectos como la marca adquieren especial relevancia ya que representan un factor estratégicamente importante debido a su impacto en el consumidor, es de resaltar que entre las empresas con mayor valor de marca en el mundo muchas de ellas son de índole tecnológica, en donde algunas como Google® y Facebook® aparentemente ofertan sus servicios de forma gratuita, sin embargo están ubicadas en las posiciones dos y cinco respectivamente como las marcas más valiosas del mundo en el 2016 (Forbes, 2016), por encima de las firmas petroleras, industriales o de servicios, como puede apreciarse en la tabla 1 en donde es destacable que dentro de las veinte marcas más valiosas del mundo no hay organizaciones financieras, petroleras, o comercializadoras.

Como consecuencia de la globalización y el desarrollo tecnológico, los recursos intangibles se constituyen hoy en día en elementos claves para poder obtener ventajas competitivas, por lo que su identificación y la inversión en ellos se convierte en un objetivo estratégico, debido a que en gran medida el valor de la empresa que depende de estos activos, por lo que además habrá que desarrollar la forma para poder gestionarlos con éxito. Esto último representa una gran limitante debido a que no existe un modelo aplicable a todas las organizaciones y

a todos los casos por igual, debido a la gran diversidad de estos (a diferencia de los activos tangibles), es evidente que cada organización genera diferentes tipos de activos intangibles, por lo que deberán administrarlos de acuerdo con su realidad y con la visión estratégica que les corresponde.

Tabla 1 Conteo Forbes de las 20 marcas más valiosas del 2016.

Posición	Marca	Valor	Variación anual	Ingresos de marca	Gasto en publicidad	Industria
1	Apple	154,100 mdd	6%	233,700 mdd	\$1,800 mdd	Tecnología
2	Google	82,500 mdd	26%	68,500 mdd	3,200 mdd	Tecnología
3	Microsoft	75,200 mdd	9%	87,600 mdd	1,900 mdd	Tecnología
4	Coca-Cola	58,500 mdd	4%	21,900 mdd	4,000 mdd	Bebidas
5	Facebook	52,600 mdd	44%	17,400 mdd	281,000 mdd	Tecnología
6	Toyota	42,100 mdd	11%	165,100 mdd	3,600 mdd	Automotriz
7	IBM	41,400 mdd	-17%	81,700 mdd	1,300 mdd	Tecnología
8	Disney	39,500 mdd	14%	28,000 mdd	2,600 mdd	Ocio
9	McDonald's	39,100 mdd	-1%	82,700 mdd	719,000 mdd	Restaurantera
10	GE	36,700 mdd	-2%	92,300 mdd	-	Diversificado
11	Samsung	36,100 mdd	-5%	177,400 mdd	3,000 mdd	Tecnología
12	Amazon	35,200 mdd	25%	104,500 mdd	3,800 mdd	Tecnología
13	AT&T	32,600 mdd	12%	146,800 mdd	3,600 mdd	Telecom
14	BMW	28,800 mdd	4%	82,800 mdd	-	Automotriz
15	Cisco	28,400 mdd	3%	49,600 mdd	202,000 mdd	Tecnología
16	Oracle	28,000 mdd	4%	37,200 mdd	55,000 mdd	Tecnología
17	Intel	27,700 mdd	7%	55,400 mdd	\$1,800 mdd	Tecnología
18	Nike	27,500 mdd	5%	30,000 mdd	3,200 mdd	Vestimenta
19	Louis Vuitton	27,300 mdd	-3%	10,000 mdd	4,400 mdd	Lujo
20	Mercedes-Benz	26,000 mdd	16%	105,800 mdd	-	Automotriz

Fuente: (Forbes, 2016)

2. Método

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación, se empleó un método de investigación con un enfoque metodológico cualitativos, pero apoyado en ciertos datos cuantitativos clave que le dan soporte. El alcance de la investigación corresponde al tipo exploratorio y descriptivo; es exploratorio porque a pesar que se trata de un tema conocido en ciertos sectores productivos (como el de los medios de comunicación), es limitada la información que se ha integrado bajo un contexto nacional; por otra parte, como producto del trabajo exploratorio, fue posible documentar características y rasgos importantes de estos activos bajo el enfoque de un estudio descriptivo (Hernández, 2010).

El procedimiento de investigación es documental, ya que se limita al estudio de diferentes comunicados y publicaciones electrónicas como impresas, emitidos por diversas instancias tanto nacionales como internacionales. El procedimiento realizado consistió en tres etapas (Reyes, 2014):

- Heurística, que se relaciona con el descubrimiento y acopio de información, tanto de carácter documental como de origen empírico por conocimiento previo y experiencia de los autores de este artículo, como los de los documentos que han sido tomados como referencia.
- Hermenéutica, esta etapa implica el proceso de interpretación de la información recabada en la etapa heurística, con el propósito de realizar una clasificación, categorización y análisis de la misma, a fin de contar con un esquema amplio pero organizado, a partir del cual puedan desprenderse ciertas conclusiones.
- Fenomenológica, en donde se hace una relación de los hallazgos organizados en la etapa hermenéutica, con el fin de encontrar una explicación razonada del tema de estudio.

De manera específica, las actividades de análisis y síntesis de la información, correspondientes a las etapas hermenéutica y fenomenológica respectivamente, implicaron una parte importante del proceso, ya que en ellas se centra el poder conjugar los datos cualitativos encontrados, para darles sentido en función del objetivo de la investigación.

Durante el proceso de análisis (etapa hermenéutica), se trabajó sobre los datos no estructurados y de diferente índole, que corresponden a documentos oficiales, notas en medios especializados, estudios previos afines al objetivo de investigación, y otros documentos a los cuales es necesario darles una estructura, mediante la comprensión e interpretación de cada documento en relación a su propósito, enfoque y tiempo (Hernández, 2010).

Los resultados del análisis son considerados síntesis de alto orden, que corresponden a descripciones, patrones y otros conocimientos que se obtienen del

proceso, los cuales aportan el conocimiento necesario para completar la actividad fenomenológica requerida.

3. Resultados

Durante el proceso heurístico de acopio de información, se obtuvo documentación de diferentes orígenes, cuidando que en todos los casos hubiese un fundamento claro del valor de dicha información para el propósito buscado. Se recurrió de manera prioritaria a documentos, informes y boletines de instancias acreditadas en México, algunas relacionadas a organizaciones nacionales implicadas en el tema e instancias gubernamentales, adicional a estas se recurrió a información emitida por organismos internacionales con los cuales México tiene participación y por ende, debe considerar formalmente las directrices que estos emitan. En un segundo orden, se obtuvieron documentos de carácter académico, con el reconocimiento suficiente para ser considerados fuentes fiables de información. En un tercer grupo, se incluyen documentos emitidos por dependencias específicas de otros países, cuyo valor radica en la aclaración de conceptos e ideas. Estos documentos son identificados en la bibliografía del presente artículo.

Como resultado de la investigación realizada y ya en el proceso hermenéutico, se tomó un enfoque de lo general a lo particular que se describe a continuación. Para la OCDE, de la cual México es miembro desde 1994, los bienes intangibles se dividen desde un punto de vista económico en dos clases (Astudillo y Mancilla, 2014):

- **Intangibles Comerciales:** Corresponde a aquellos utilizados para la producción de bienes o la prestación de servicios; otro grupo de esta clase son los derechos que son usados para la operación del negocio e incluso que son transferidos a los clientes bajo ciertas condiciones. Están fuertemente ligados el primer grupo la propiedad industrial (patentes, modelos, diseños y diagramas), las cuales son figuras relacionadas con las invenciones. En el segundo grupo se vincula más con los denominados signos distintivos, marcas, nombres y avisos comerciales, incluyendo al

software que no se transfiere al cliente, sino se otorga solamente una licencia de uso.

- Intangibles Mercantiles: Que son creados como producto de actividades de investigación y desarrollo (I+D). Algunos autores afirman que a veces no es fácil distinguirlos de los anteriores, sin embargo con el análisis de diversos documentos fue posible establecer como principal diferencia, respecto a los intangibles comerciales, el hecho que son generados por un interés y para una aplicación propia de la organización implicada. Entre ellos están; estudios de mercado, diseño y planificación de productos, estrategias de promoción y ventas, relaciones públicas, control de calidad, entre otras.

Ahora bien, desde un punto de vista jurídico los activos intangibles pueden dividirse en: derechos de utilización de activos industriales; patentes, marcas y nombres comerciales; otro grupo es la propiedad literaria y artística, así como propiedad intelectual vinculada con el “Saber cómo” (*know-how* en inglés), dentro de los que hay secretos industriales, software y acuerdos de investigación entre otros (Cosín, 2007).

Llevado el proceso de caracterización legal a la situación particular de México, se identifican tres grandes grupos de protección jurídica reconocidos y regulados para los activos intangibles, estos son (Díaz, 2013):

- Variedades Vegetales: Consiste en la protección jurídica de los obtentores de recursos fitogenéticos, amparado en la Ley Federal de Variedades Vegetales. La instancia regulatoria de este tipo de registros es el Servicio Nacional de Inspección y Certificación de Semillas (SNICS®), dependiente de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA).
- Propiedad Industrial: Comprende la protección de la propiedad intelectual del campo industrial, en lo correspondiente a invenciones, modelos y diseños, así como de lo comercial en lo que respecta a medios diferenciadores de establecimientos, mercancías y servicios. La instancia regulatoria es el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) que es

un organismo público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con la autoridad legal para administrar el sistema de propiedad industrial de México, el cual actúa bajo el marco jurídico de la Ley de la Propiedad Industrial.

- **Derechos de autor:** Corresponde a la protección y reconocimiento de creaciones y obras producidas para la satisfacción de sentimientos estéticos y otros correspondientes a la cultura general. Dentro de este grupo están los registros de obras, publicaciones y difusiones periódicas, las agencias ISSN e ISBN, que corresponden a registros internacionales de identificación de publicaciones, entre otros servicios. El órgano encargado de regular los derechos de autor en México es el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR), dependiente de la Secretaría de Cultura. Esta instancia se ampara principalmente de la Ley Federal del Derecho de Autor y su reglamento.

Cada una de estas figuras jurídicas cuenta con su propio marco regulatorio, además de criterios específicos para su registro, publicación y consulta, por ejemplo, INDAUTOR mantiene muchos de sus registros bajo acceso restringido, de manera que para acceder a alguna información es requerido hacer una solicitud, en cambio el IMPI maneja sus registros de manera transparente, de forma que cualquier usuario puede acceder a los archivos y expedientes de ese organismo, de manera que literalmente se puede conocer hasta quién recibió una notificación determinada en un trámite de propiedad industrial.

Respecto a los Derechos de Autor y de acuerdo a la legislación correspondiente, es posible distinguir dos tipos de derechos (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2016):

- **Derechos Morales:** Corresponden al reconocimiento de la autoría de una obra hacia una persona física, este derecho es perpetuo, automático, inalienable, imprescriptible, irrenunciable e inembargable.
- **Derechos Patrimoniales:** Facultan poder explotar de manera exclusiva sus obras, o de autorizar a otros su explotación, sin menoscabo de la titularidad

de los derechos morales. La titularidad de estos derechos puede ser adjudicada o transferida a una persona moral.

La vigencia de los derechos patrimoniales está ligada a la vida del autor, siendo el plazo general cien años a partir de la muerte del mismo, de manera que una vez vencido este tiempo las obras pasan a ser parte del Dominio Público, en el cual cualquier persona puede utilizar la obra sin requerir autorización alguna, pero no reclamar la autoría de la misma, ya que el derecho moral es perpetuo.

Otro aspecto relevante de los Derechos de Autor es su carácter automático, ya que por el simple hecho de crear una obra se adquiere el reconocimiento de la autoría de la misma, lo cual está amparado en la Declaración Universal de los Derechos Humanos emitida por Organización de las Naciones Unidas (ONU), la cual en su artículo 27 segundo inciso marca que:

“Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora” (<http://www.un.org/es/documents/udhr/>).

Sin embargo, debe recordarse que en un proceso legal las evidencias formales son fundamentales, por lo cual es prudente no limitarse a los derechos automáticos, en especial cuando hay intereses económicos de por medio.

En lo que respecta a la Propiedad Industrial, en México pueden distinguirse dos grandes grupos; las invenciones, que dan una solución técnica a un problema técnico; y los signos distintivos, que son signos visibles que permiten diferenciar productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.

Dentro de los signos distintivos pueden ubicarse las marcas, los avisos comerciales (slogans), los nombres comerciales (para establecimientos) y las denominaciones de origen. Todos ellos susceptibles de obtener un registro y ser explotadas comercialmente bajo el marco regulatorio de la Ley de la Propiedad Industrial (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2016b). En general este tipo de activos intangibles pueden ser registrados ante la instancia reconocida

para tal efecto y mantener su vigencia mientras se cubran los requisitos establecidos, los cuales en la mayoría de los casos tienen una periodicidad anual. Un caso diferente representan las invenciones, en este rubro se encuentran las patentes, los modelos de utilidad, los diseños industriales (dibujos o modelos) y los esquemas de trazado de circuitos integrados. Estos tienen una vigencia finita, de manera que una vez vencido el plazo pueden ser utilizados por cualquier persona. En la tabla 2 se presenta un resumen de los requisitos y vigencia de estos derechos para las invenciones.

Tabla 2 Características y vigencia de la protección de las invenciones en México.

Característica	Patente	Modelo de Utilidad	Diseños Industriales	Diagrama de Circuito Integrado
Novedad	Mundial	Mundial	Mundial	Mundial
Aplicación Industrial	Sí	Sí	Sí	Sí
Actividad Inventiva	Sí	No	No	No
Tiempo de trámite (aproximado)	36 meses	12 meses	12 meses	12 meses
Tiempo de Protección (a partir de la fecha de publicación)	20 años	10 años	15 años	10 años

Fuente: <http://www.gob.mx/impi>

De los requisitos para las invenciones, la novedad implica que no exista algo parecido a nivel mundial; la aplicación industrial significa que hay un mercado potencialmente interesado en adquirirlos productos derivados de esa invención; y finalmente, la actividad inventiva implica que para llegar a esa invención debió seguirse un proceso creativo, cuyos resultados no se deduzcan del estado de la técnica en forma evidente para un experto en la materia.

El registro formal de las invenciones es un termómetro no sólo de la capacidad creativa de un pueblo, sino también de una disciplina documental y registral. En nuestro país ese indicador se encuentra muy rezagado, ya que en el año 2015 se presentaron 320 solicitudes de patente para su registro internacional por parte de innovadores residentes en México, lo cual contrasta contra las 57 mil 385 solicitudes que se presentaron en los Estados Unidos de América en el mismo periodo.

En opinión de Carsten Fink, quien es economista en jefe de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO por sus siglas en inglés), la innovación impulsa la intensificación de capital y favorece una creciente, más saludable y mejor educada fuerza laboral, además de una profunda transformación estructural (Hernández, 2016). Como reflejo de ello, desde hace varios años México no ha podido despuntar en cuanto a competitividad se refiere, en el último balance hecho por el Foro Económico Mundial (FEM), en su índice de competitividad global 2016-2017, nuestro país se ubica en el lugar 51 de 138 países analizados, tal como se aprecia en la tabla 3, lo cual llama la atención dado que por el tamaño de su economía, México ocupa el lugar 15 entre las mayores economías del mundo por su Producto Interno Bruto (PIB) en dólares corrientes (Mazo, 2016). Aunque es claro que el tamaño de la economía de un país y su competitividad son indicadores diferentes, es de resaltar la brecha tan amplia que hay entre ambos datos en el caso de México.

Tabla 3 Posición de México en el “El Índice de Competitividad Global 2016-2017”

	Economía	Índice	Previo	Tendencia
47	South Africa	4.47	49	
48	Bahrain	4.47	39	
49	Latvia	4.45	44	
50	Bulgaria	4.44	54	
51	Mexico	4.41	57	
52	Rwanda	4.41	58	
53	Kazakhstan	4.41	42	
54	Costa Rica	4.41	52	
55	Turkey	4.39	51	

Fuente: Obtenido de (FEM, 2016)

Una hipótesis para explicar el bajo nivel de competitividad de nuestro país apuntaría a una deficiente inversión en investigación y desarrollo tecnológico (I+D), muchos empresarios se ocupan de las actividades operativas, dejando a un lado el sentido estratégico que corresponde a la gestión del conocimiento, las

empresas mexicanas podrían allegarse de capital intelectual adecuado para enfrentar la competitividad internacional.

De acuerdo a los hallazgos presentados, el valor de un negocio se mueve cada vez más por los activos intangibles, sin embargo, hasta ahora empieza a manifestarse el interés de las organizaciones para medir este activo, lo cual significa una brecha cada vez más grande entre el valor contable y el valor de mercado, de manera que este cambio es cada vez más significativo sobre todo en las empresas de base tecnológica, como se mostró en la tabla 1 en donde el valor de una marca puede tener un peso económico mayor que los activos tangibles.

4. Discusión

Con el proceso de globalización de la economía mundial iniciado hace ya varios años, se requiere la participación activa del gobierno y empresarios para fortalecer la productividad, competitividad, crecimiento y desarrollo de la economía, los activos intangibles producidos por la entidad, se convierten en generadores de valor para las empresas, toda a su vez que tienen alto impacto a nivel financiero y de procesos.

Existen otros activos intangibles que no están jurídicamente reconocidos, como la “cartera de clientes” ya que es algo que se va construyendo durante el curso de las operaciones y sobre una demanda específica (intangible mercantil) y que frecuentemente pasa desapercibido en el proceso de valuación de activos intangibles. Cuando una empresa inicia no tiene una base de clientes estable, con el paso del tiempo va formándola mediante productos o servicios de calidad, o simplemente porque es mejor que la competencia, pero al igual que el capital humano requiere experiencia y paciencia.

Otro intangible poco identificado es el conocimiento o llamado *know how*, el cual es uno de los activos más valiosos dentro de una organización y que puede representar una ventaja competitiva importante, las empresas debieran aprender a obtener beneficios por la información que tiene a su poder y utilizarla eficazmente para potenciar su capacidad frente a la competencia.

Finalmente, otro activo intangible identificable es de capital humano, específicamente hablando de las capacidades intelectuales, del grado de formación y productividad de los trabajadores así como de su experiencia, que potencialmente pueden encausarse como una acción estratégica de las empresas para incrementar su competitividad.

Es importante considerar la categorización que se le da a los activos intangibles de larga duración, esto es porque varios de ellos cuentan con una vida útil indefinida mientras se esté dando el adecuado seguimiento a su vigencia (Ramírez, 2010). Si bien es cierto que algunos de facto tienen una vida limitada (la vigencia de las invenciones por ejemplo), hay otras que pueden perdurar por tiempo indefinido (como los signos distintivos), pero para ello es necesario que las organizaciones definan dentro de su plan estratégico las directrices y formalidades requeridas para este propósito.

Finalmente es posible observar que dadas las tendencias actuales, los activos intangibles en un futuro podrán llegar a ser más valiosos que los activos tangibles dentro de las organizaciones generando ingresos superiores para las mismas.

5. Bibliografía y Referencias

- [1] Astudillo M., M., Mancilla R., M., (2014). La valuación de los bienes intangibles en México. En revista *Actualidad Contable Faces*. Vol. 17, núm. 28, enero-junio, 2014. Venezuela: Redalyc. <http://www.redalyc.org/pdf/257/25731098002.pdf>
- [2] Barret, F., Milewska, M. (2012). Comentarios de la OCDE sobre los activos intangibles: ¿qué impacto tendrán sobre las subsidiarias de grupos multinacionales en México? En *Impuestos y Servicios Legales*, de la PricewaterhouseCoopers S.C (PWC). México: PWC. <https://www.pwc.com/mx/es/publicaciones/archivo/2012-09-ocde.pdf>
- [3] Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2016, 13 de enero). Ley Federal del Derecho de Autor. [Versión en línea]. Recuperado de: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/122_130116.pdf.

- [4] Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2016b, 1 de junio). Ley de la Propiedad Industrial. http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/50_010616.pdf.
- [5] Cosín O., R. (2007). Valoración de los bienes intangibles en ajustes por precios de transferencia. En Cuadernos de Formación. Del Instituto de Estudios Fiscales (IEF), colaboración 18/07, volumen 4/2007. España: IEF, http://www.ief.es/documentos/recursos/publicaciones/revistas/cuadernos_formation/04_2007/Colab_18_07.pdf.
- [6] Delgado M., T. (2010). Los activos intangibles dentro de las organizaciones. En revista Veritas, año 2010. México: Colegio de Contadores Públicos de México [Versión en línea]. <http://www.ccpm.org.mx/veritas/octubre2010/images/Tania%20Delgado%20Martinez.pdf>.
- [7] Díaz E., I. (25 de noviembre del 2013). Taller de derechos de autor. Instituto Mexicano del Derecho de Autor (INDAUTOR), Departamento de Consultas y Asesoría Jurídica. [Presentación de diapositivas]. México: INDAUTOR.
- [8] FEM. (2016). The Global Competitiveness Report 2016–2017, Insight Report. Suiza: World Economic Forum. http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf.
- [9] Forbes. (2016, 11 de mayo). “Las marcas más valiosas del mundo en 2016”. En revista Forbes, edición México. <http://www.forbes.com.mx/las-marcas-mas-valiosas-del-mundo-2016/#gs.8auu8lw>.
- [10] Hernández S., R., Fernandez, C., Baptista, M. P. (2010). Metodología de la Investigación. 5ª edición. [Versión Impresa] México: Mc Graw Hill.
- [11] Hernández, L. (2016 21 de marzo). “Patentes mexicanas crecieron 13% en 2015”. Sección Empresas Periódico El Financiero. <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/patentes-mexicanas-crecieron-13-en-2015.html>.
- [12] Mazo, E. (2016, 15 de abril). “España se afianza como la 12º economía del mundo”. En revista Expansión, sección de Economía. <http://www.expansion.com/economia/2016/04/15/570f8cb4e2704eec2d8b45db.html>.

- [13]Ramírez Z., A. (10 de junio del 2010). Deterioro del Valor de los Activos de Larga Duración y su Disposición, de las Normas de Información Financiera. De las Normas de auditoría del IMCP, Boletín C-15. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos. [Versión electrónica]. Recuperado de: <http://spip.imcp.org.mx/spip.php?article3615>.
- [14]Reyes, O., Blanco, J., Chao, M. (2014). Metodología de la Investigación para cursos en línea. [Versión Electrónica] Servicios Académicos Internacionales. México: edumed.net. <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1420/index.htm>.