

Diciembre 2015

## TÍTULO

**Valoración de marca**

**Requisitos para la valoración monetaria de una marca**

*Brand valuation. Requirements for monetary brand valuation.*

*Évaluation d'une marque. Exigences pour l'évaluation monétaire d'une marque.*

## CORRESPONDENCIA

## OBSERVACIONES

## ANTECEDENTES

Esta norma ha sido elaborada por el comité técnico AEN/CTN GET18 *Valoración de marcas* cuya Secretaría desempeña CORPORATE EXCELLENCE - Centre for Reputation Leadership.

## EXTRACTO DEL DOCUMENTO UNE 418001

# Índice

0	Introducción.....	4
1	Objeto y campo de aplicación.....	4
2	Términos y definiciones.....	4
3	Requisitos generales en un ejercicio de valoración.....	5
3.1	El valorador .....	5
3.2	Elementos necesarios para la realización de la valoración .....	5
3.3	Requisitos generales del informe de valoración .....	6
4	Propósitos de valoración .....	7
5	Bases de valoración.....	7
6	Enfoques de valoración .....	8
7	Métodos de valoración.....	8
7.1	Generalidades .....	8
7.2	Métodos correspondientes al enfoque de coste: .....	9
7.3	Métodos correspondientes al enfoque de mercado .....	9
7.4	Métodos correspondientes al enfoque de ingresos .....	10
8	Metodología específica aplicable, en función del propósito de valoración.....	11
8.1	Transmisión de la propiedad de la marca de forma aislada .....	11
8.2	Transmisión de la propiedad de la marca mediante fusiones, adquisiciones o escisiones de figuras jurídicas con marca .....	12
8.3	Licencias entre terceros.....	12
8.4	Información financiera y contable .....	13
8.5	Precios de transferencia de marcas entre entidades vinculadas .....	13
8.6	Valoración de daños y perjuicios a titulares de marcas. Estimación del precio de una licencia hipotética .....	16
8.7	Colateral financiero (factoring, securitización, etc.).....	18
8.8	Gestión y planificación estratégica.....	19
8.9	Valor de la marca para el propio uso de su titular .....	21
9	Bibliografía.....	22

## 1 Objeto y campo de aplicación

Esta norma establece un proceso para la valoración monetaria de una marca, especificando los requisitos que debe cumplir el valorador para estimar el valor de una marca.

Esta norma identifica las bases de valoración, los enfoques de valoración y los métodos de valoración aplicables en función de los distintos propósitos para los que se realiza la valoración y establece una serie de obligaciones comunes para garantizar la calidad del proceso de estimación del valor de una marca.

Esta norma se centra en la valoración monetaria del concepto de marca correspondiente al término inglés *trademark*, y no cubre la valoración cualitativa del concepto de marca correspondiente al término inglés *brand*, salvo para el propósito de gestión y planificación estratégica (véase 8.8).