

JORNADAS TECNICAS INDUSTRIAL TRACK 4.0 2022



Transferencia tecnología y valoración de activos intangibles en Industria 4.0: Buenas prácticas en comercialización de la innovación

Aida López, Directora Estrategia. Ayming alopez@ayming.com

Donia Razazi, Senior Industry Expert. Ayming drazazi@ayming.com

Factores que marcarán los presupuestos de innovación los próximos 3 años

DIGITALIZACIÓN



Implantación de **soluciones de industria conectada**:
Inteligencia Artificial, Cloud, Big Data, Machine Learning, IoT, Industria 4.0

SOSTENIBILIDAD



Eficiencia energética, utilización de energías limpias, economía circular, protección del medio ambiente, etc.

TRANSFORMACIÓN



Formar a los profesionales en su **transición hacia la digitalización**

Visión Holística

Es necesario ofrecer una visión holística que integre

- Tendencias del sector
- Agentes Claves
- Situación de partida
- Importancia del **EXPERTISE SECTORIAL**

Con ello, se podrá establecer una hoja de ruta partiendo del conocimiento, **diseñando la estrategia hacia la implantación de proyectos y la validación de los resultados obtenidos**; lo que impulsará la **transferencia de tecnología**.



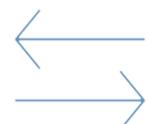
Industria
manufacturera



Salud & Biotech



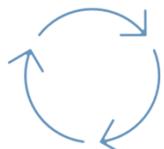
Agroalimentario



Transporte &
Movilidad



Energía

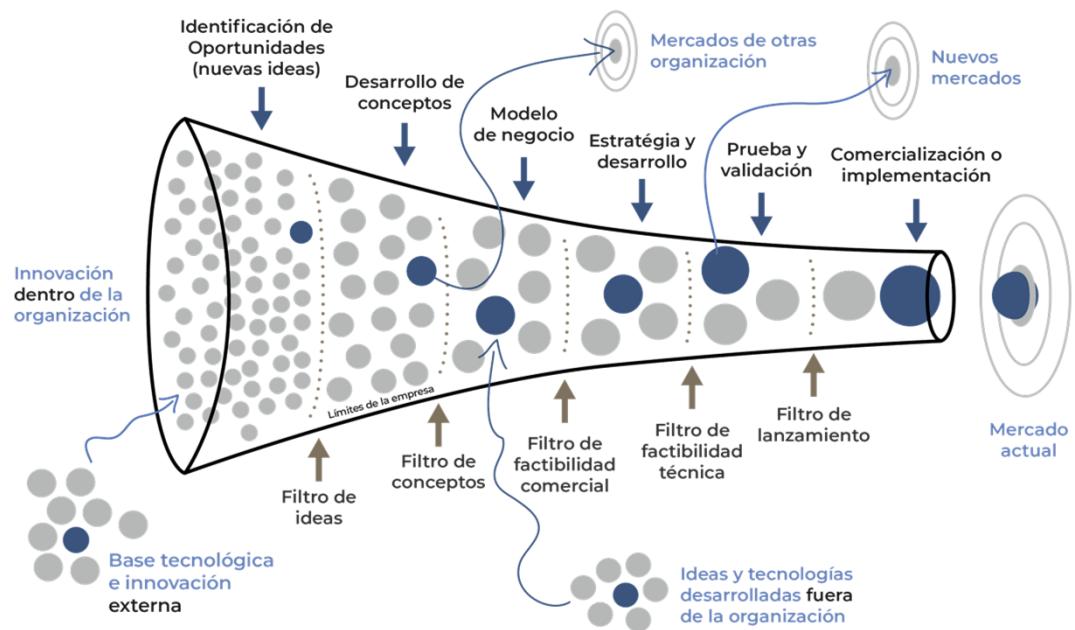


Economía Circular

Enfoque para trabajar los proyectos: *desde las ideas hasta su transferencia y puesta en el mercado*

La estrategia de Innovación debe iniciarse en las fases más tempranas (ideación y estrategia) y continuarla hasta la comercialización de los resultados de los proyectos de I+D+i.

Para ello, se proponen tres grandes bloques de trabajo en los que se deben impulsar ideas innovadoras y buscar instrumentos para su crecimiento y consolidación.



La innovación que no se valora no se puede comercializar

La OCDE define activo intangible como *algo que no es un activo físico o un activo financiero, que puede ser propiedad o estar controlado para su uso en actividades comerciales y cuyo uso o transferencia debe ser compensada como si hubiera ocurrido entre partes independientes y en circunstancias similares*.

¿Qué hacer para iniciar la comercialización?

- 1 Valorar el intangible
- 2 Mejorar/ampliar desarrollos (líneas internas, CPI, etc.)

FASES EN LA COMERCIALIZACIÓN



Characterizar

Funcionalidades



Comparar

Referencias de mercado



Valorar

Royalty
+
€



Mejorar

Nuevos desarrollos
Compra Pública de
Innovación



Comercializar

Spin-offs
Licencia
Venta

1) Proceso de valoración de intangibles



Métodos cualitativos

Semana 1-2

Análisis 360 del Intangible

- **Antecedentes** empresariales
- Estudio de **tendencias de innovación** y **timeline**
- Estudio de **competidores**
- Identificación de **tecnologías** y análisis del mercado
- Análisis del **Estado de la Técnica**
- Identificación de la **aplicación industrial**
- Estudio de **proyectos financiados** relacionados
- Lanzamiento del **quesionario cualitativo** del intangible y preparación de la **entrevista**

Semana 2-4

Análisis de Comparabilidad

- Análisis de **métodos cuantitativos** (costes, estimación de ingresos futuros y comparables o transacciones equiparables)
- Estudio de **empresas comparables**, selección de **acuerdos y licencias**
- **Análisis de términos:** exclusividad, duración, territorialidad, base de la regalía, etc.
- **Cálculos estadísticos:** promedios, rangos intercuartílicos, mediana, media
- Determinación de tasa de **descuento/WACC**
- **Proyecciones de ventas** por intangible y licenciatario

Métodos cuantitativos

Semana 5-6

Informe y modelización

- **Selección final de la muestra** y cálculo de **royalties** por cada tecnología
- Redacción del **informe de transferencia**
- **Maquetación**, gráficas, tablas y fuentes consultadas
- **Anexos Método cualitativo:** cuestionario y valoración
- **Anexos Método cuantitativo:** comparables, valoraciones y estudios realizados
- **Valoración del intangible**, estudio de condiciones de transferencia y proyecciones de ventas realizadas

2) Otras vías: Compra Pública de Innovación



EMPRESAS Y AGENTES I+D+i

Tiene propuestas innovadoras para resolver retos, busca entornos donde probar sus soluciones

OFERTA I+D+i



- Aplicación de la investigación en **entornos reales** y comercialización de las ideas. **Caso de uso real y primer cliente** (superación del PMV). Ayuda a la **validación** de la I+D+i
- Las empresas y los agentes **se anticipan al mercado**
- Comparten **riesgos** (paradoja comprador-vendedor)
- Mejoran su reputación (**cliente de referencia**)
- Reducen costes. **Acceden a financiación** relacionada con la innovación. Aumentan sus **ingresos**
- Se empieza a obtener beneficios a través de **la explotación comercial de la I+D+i**
- **Fomento de la colaboración** (impulso de partenariados y consorcios)

JORNADAS TECNICAS INDUSTRIAL TRACK 4.0 2022



Transferencia tecnología y valoración de activos intangibles en Industria 4.0: Buenas prácticas en comercialización de la innovación

Aida López, Directora Estrategia. Ayming alopez@ayming.com

Donia Razazi, Senior Industry Expert. Ayming drazazi@ayming.com