

## LA ENTREVISTA



  
STRATEGIO

**RELACIONES DURADERAS  
PARA CONVERTIRNOS EN  
ALIADOS ESTRATÉGICOS**

### EDUARDO WALLS BARRIOS

Economista · Consultor especializado en Servicio, Estructuras  
Financieras y Planeación Estratégica  
Enfocado en Estructuraciones Bursátiles y Entretenimiento  
CEO y Socio Fundador de Strategio Business Consulting · México

# EDUARDO WALLS: NUEVOS MODELOS ECONÓMICOS, INVERSIÓN E INTANGIBLES

**Los modelos económicos han cambiado, ahora internet, las redes sociales o la publicidad intensiva los han modificado: ¿Qué importancia tiene los activos intangibles en la Empresa en el actual modelo económico?**

Comenzaré diciendo que en la década de los 70s los activos intangibles representaban en el balance entre el 16% y 18% del valor de una empresa, y el resto de los activos tangibles como efectivo, inversiones líquidas, inventarios y bienes raíces representaban del 82% al 84%. Ahora medio siglo después esta proporción cambio al grado en que los activos intangibles como las marcas, el *software*, las patentes o los contratos, pueden llegar a niveles que representen el 90% o 95% de la hoja de balance.

Los activos intangibles son los creadores ahora de la generación de valor en las empresas y son, como diría Michael Porter, quienes dan la ventaja competitiva en las organizaciones; y, en la medida en que las empresas sean o no capaces de gestionar estos activos, serán más o menos exitosas.

Invertir en activos intangibles nos invita a tener inversiones de largo plazo y, por supuesto, "*no pueden verse ni tocarse*", aunque ahora como los NFT "*sí podrán verse*"; siendo estos altamente susceptibles de generar valor económico.

Para que estos activos se consideren efectivamente intangibles:

- Deben ser identificables lo que los convierte en sujetos de ser vendidos, cedidos, dados en arrendamiento, intercambiarlos o darlos en explotación.
- Deben de poder controlarse y esto supone siempre que tenga el poder de obtener beneficios económicos futuros que procedan de estos.
- Deben generar beneficio económico.

Estos activos ayudan a generar valor en las empresas por distintas vías:

- Primero por el incremento en ventas, ya pueden explorarse nuevas líneas de negocio.
- Segundo pueden aumentar la productividad, las marcas bien posicionadas logran que los clientes paguen mucho más por un producto que en otros lugares cuesta menos.
- Tercero, son capaces de reducir costos, por ejemplo, los contratos laborales y el Know-how de los colaboradores, sin duda logran optimizar el resultado. Esta es una de las herramientas modernas de gestión.

**¿Cuántas valoraciones de empresas se realizan en Strategio y qué porcentaje de valor supone la valoración de los activos intangibles en ese trabajo?**

Los procesos de valoración que realizamos son meticulosos y exhaustivos en la profundidad que abarcan y vinculan información pasada de algunos años y suponen información futura (con validas argumentaciones de planeación) y donde intervienen las variables como los sistemas de cómputo, los contratos, las patentes, las marcas, las regalías, el conocimiento (y la transferencia de este), los procesos de sucesión o las políticas de gobierno corporativo, entre algunos otros factores.

Estas, en general, nos brindaran la posibilidad de generación de flujos de efectivo. Como ejemplo te diré, piensa en una cafetería Starbucks, su nivel de ventas y la misma cafetería si no tuviera colgada la marca y el personal no tuviera el *Know-How* y no tuvieran la mezcla de productos que hoy manejan, las ventas casi serian de 10 a 1, en el mejor de los casos.

De tal suerte que nosotros hemos encontrado que el porcentaje de valor que representan estas valoraciones, exceden el 80% o el 85% del valor final generado.

### **Hablemos de México: ¿Qué panorama económico empresarial encuentra el país?**

Bueno, la situación en el mundo no ha sido fácil en los últimos casi tres años, mas bien fue muy compleja después de casi 3 años de pandemia, y a la sazón, el gobierno en este país, ayudo bastante poco o casi nada a la población y a los empresarios.

La complejidad de esto, sumado a los bloqueos en los puertos de China y los conflictos bélicos entre Rusia y Ucrania, han aderezado el devenir de la economía en México.

Hoy la economía trae a costas una inflación de 8.62% y una tasa de interés del Banco Central de 8.5%. Ambos indicadores se ve que seguirán subiendo rumbo al final del año. A la par existen en el país 44 millones de personas sumidas en la pobreza y con pocas posibilidades de salir por los graves problemas de inseguridad, salud y educación.

Sin embargo, hay, por el momento, cierta estabilidad en el mercado, sin embargo, si repite el gobierno actual en las elecciones que se llevarán a cabo en 2024 podría traer un desenlace muy desalentador para el país.

La falta de confianza a imperado, y los grandes capitales ya se encuentran fuera del país, esto por algunas decisiones que el gobierno central ha tomado y, como consecuencia de la redirección de cantidades estratosféricas de dinero en megaproyectos que no darán un buen puerto al desarrollo.

Aun con este antecedente se sigue adelante. La población conformada en la clase media y media alta sigue apoyando y buscando a través de la economía circular apoyar a la economía local.

En algunas zonas del país, principalmente el centro-bajo, los gobiernos estatales y los sectores empresariales buscan impulsar "*de buena gana*" la economía y el desarrollo. Hay oportunidades, sin duda, y siempre se buscan estrategias para invertir.

**Usted ha sido director en múltiples empresas nacionales e internacionales ¿Qué valor le da a las marcas en dichas empresas?**

En efecto, he tenido la oportunidad de dirigir en varias organizaciones, muchas de ellas con un alto valor en el mercado. Actualmente, y dicho en términos de rentabilidad económica, el valor que tienen las marcas emana principalmente de la adecuada gestión que se realice de ellas; ingrediente imprescindible para incrementar el valor y la potencia en el tiempo que se le otorga a los intangibles.

No puedo hablar de valores absolutos por temas de confidencialidad, sin embargo, en forma relativa podría decir que todas las marcas con las que hemos trabajado han recuperado los valores que tenían en 2019 y sensiblemente en 2023 alcanzaran una curva natural de crecimiento como si la pandemia, en materia económica, no los hubiera mermado.

Dos de ellas específicamente, una de entretenimiento y otra de consultoría han duplicado y triplicado su valor en los últimos años.

Existe una fórmula compleja en materia de valoración de marcas y tiene que ver con la deflactación de valores futuros de efectivo, utilizando variables móviles activas. Esto nos da un espectro de posibles escenarios que hacen que el valor pueda ser mucho más grande y calculado de forma más asertiva. Siempre dependerá de la ejecución alcanzarlos y reafirmarlos en el tiempo.

**Ahora es CEO en Strategio ¿Cuál es el factor diferencial de su empresa?**

Nuestros valores son:

- Servicio. Entregamos siempre lo mejor de nosotros
- Confianza. Custodiamos celosamente todo lo que nos entregan y brindan nuestros socios estratégicos.
- Equidad. Somos moderados y justos en nuestros tratos, entregando alto valor.
- Resultados. Brindamos beneficios palpables y duraderos.

Con ellos incrementamos valor en el mercado.

Esto es lo primero que crea diferencia y nos marca, ya que siempre alineamos nuestro desempeño a estos principios rectores.

En adición, en las relaciones que tenemos con nuestros socios (clientes) somos, como había comentado, extremadamente meticulosos para abarcar todo el abanico de posibilidades y mostrar una verdadera solución a quien confía en nosotros y nos contrata.

En ocasiones son procesos que salen de lo común porque hacemos una inmersión completa en las empresas siendo prácticamente parte de ellas. Esto nos dá una óptima y perspectiva desde dentro y desde fuera y nos vincula y proyecta a los resultados con una visión de 360 grados.