

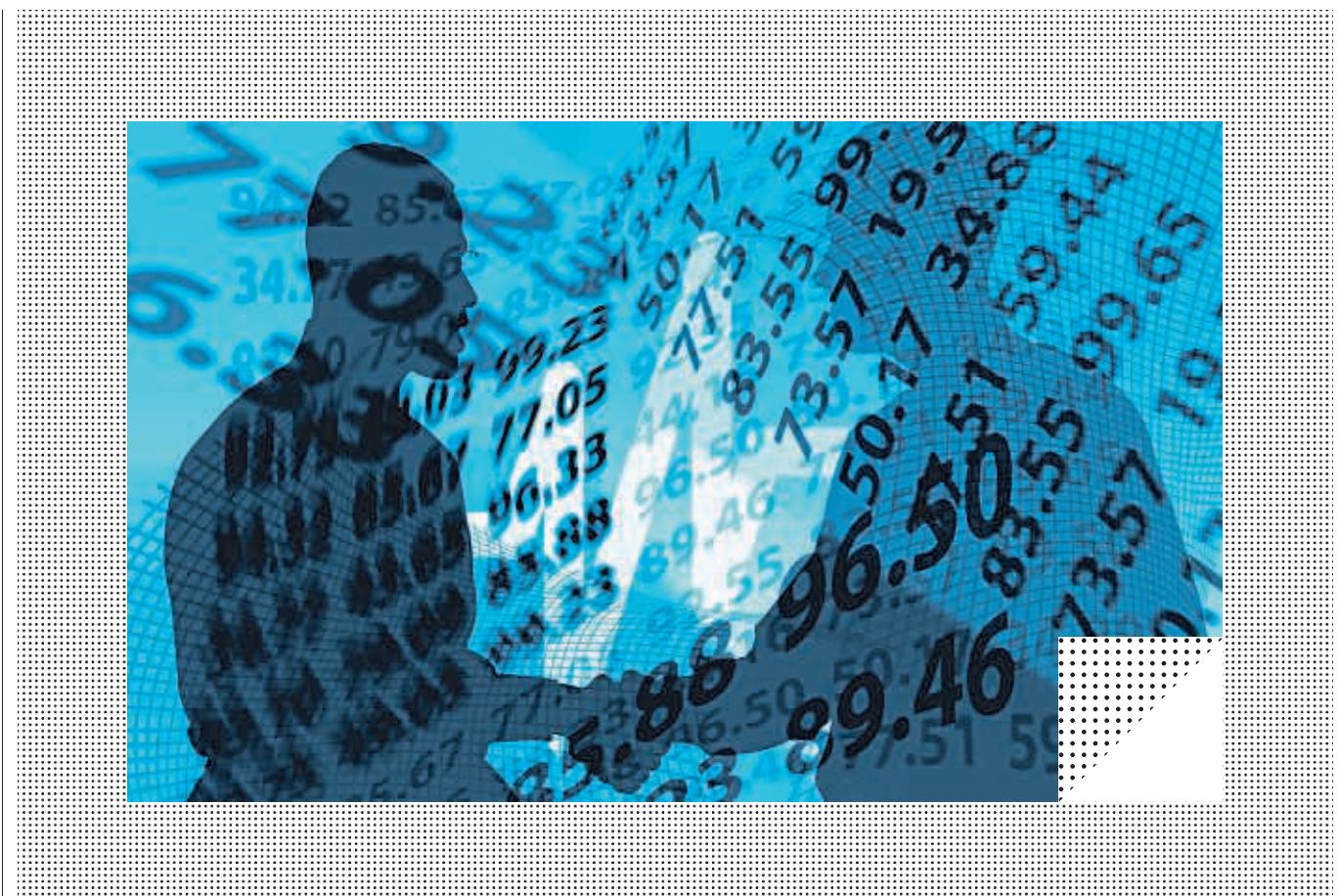
Joaquín MaudosUniversitat
de València
Ivie-Cunef

Incentivos a la financiación de los intangibles



Está más que demostrado que España tiene un problema de baja productividad por muchos motivos, como el reducido esfuerzo inversor en I+D, una menor dotación de capital humano o las ineficiencias del mercado de trabajo (por ejemplo, el elevado peso del trabajo temporal). A esta preocupante lista hay que añadir otro factor, y es el reducido esfuerzo inversor en activos intangibles, un 33% inferior a la media de la UE. De los países europeos para los que es posible obtener información, España es el que menos porcentaje de su inversión total destina a activos intangibles, nueve puntos menos que la media. Son datos preocupantes sobre los que venimos insistiendo desde hace tiempo en los informes de Fundación Cotec-Ivie sobre la economía intangible en España.

Aumentar la productividad es indispensable para recortar la importante brecha que tenemos con el PIB per cápita de otros países europeos, y ello exige avanzar en el proceso de digitalización del tejido productivo, invirtiendo más en intangibles. Así lo reconoce la UE cuando uno de los cuatro ejes de su plan de recuperación para Europa es precisamente la digitalización, a la que va a destinar al menos un 20% de su financiación. Hablamos de invertir en I+D, software, bases de datos, formación y mejoras organizativas en las empresas, estudios de mercado, etcétera.



FORO EMPRESARIAL

La financiación de los intangibles es más arriesgada y, por ello, es lógico que sean el capital riesgo y los fondos propios de las empresas sus principales vías de financiación, no la financiación bancaria. Pero precisamente por la importancia que estos activos tienen para avanzar en el objetivo que todos deseamos de aumentar la digitalización (insisto, como vía para aumentar la competitividad y el bienestar de los ciudadanos), tenemos mucho que ganar si la banca destinara más financiación a este tipo de inversión.

Como expongo con más detalle en un reciente artículo publicado por Funcas, sugiero dos vías que explorar para incentivar que la banca destine más financiación a los intangibles: un cambio en la regulación del capital de los bancos para que no les sea tan costoso en términos de consumo de capital su financiación a estos activos y avales públicos a los préstamos bancarios a los intangibles. En relación con mi primera propuesta, me alegra de que se tenga en cuenta, ya que el PSOE acaba de registrar en el Congreso una proposición no de ley donde propone precisamente un cambio en la normativa bancaria, coincidiendo con mi propuesta de cambiar el tratamiento de los llamados activos ponderados por riesgo (APR).

En la primera vía, es cierto que la regulación del capital debe basarse en el principio básico de medir con rigor el riesgo que asume un banco, y ese es el principio que guía el cálculo de los APR.

Propuestas

Se impone una nueva regulación sobre financiación de estos activos y avales públicos a los préstamos bancarios a los intangibles

Pero ese principio general es compatible con el establecimiento de ciertos incentivos en forma de reducciones en el capital que se les exige a los bancos y que se justifica desde el punto de vista del bienestar general. Precisamente por este motivo ya hay dos incentivos en la regulación en forma de factores de apoyo (*supporting factor*): préstamos a las pymes y a infraestructuras estratégicas. Porque no creo que sea menos importante incentivar la financiación a los intangibles que a las pymes o a las infraestructuras estratégicas, por lo que al menos en mi opinión estaría justificado el establecimiento de un factor de apoyo a los intangibles.

En la segunda vía, todos somos conscientes de la enorme importancia que está teniendo el apoyo del Estado a las empresas más golpeadas por la covid-19. Y una de esas medidas de apoyo es el aval público a los préstamos bancarios. La crisis aumenta el riesgo que asume la banca y por ello es necesario que el Estado asuma un porcentaje importante de las pérdidas potenciales en caso de impago por parte del prestatario. De igual forma que está más que justificado ese apoyo del Estado para amortiguar el impacto de la crisis, lo estaría un programa de avales públicos a la financiación bancaria a los intangibles, acotando los activos que incentivar y el porcentaje máximo de pérdidas que asumir por el Estado. Sería más negocio para los bancos y un claro impulso a la necesaria transformación digital de las empresas. |

Ir de compras gracias al streaming

Redacción

Nadie duda de que ir de compras, para muchas personas, puede ser algo entretenido. Pero mezclar los dos conceptos en la era digital no es tan evidente. Hace años la consultora Nielsen bautizó un fenómeno que calificó de *shoppertainment* (de la suma de las palabras *shopping* y *entertainment*, en inglés). Una práctica consolidada en EE.UU. y China y que ahora, aseguran, empezará a abrirse hueco en Europa. ¿De qué estamos hablando? Ya se han visto establecimientos físicos que para atraer a clientes organizan actividades creativas, desde cócteles y cursos hasta demostraciones. Hasta ahora la actividad se centraba a pie de calle o en la tienda.

La última idea consiste en llevar estas mismas acciones al mundo digital, al proponer experiencias interactivas esta vez al usuario online. Puede ser con la forma de eventos o juegos desde la web, aprovechando las posibilidades que ofrece la tecnología del streaming. Mediante la ayuda de *influencers* y de ofertas limitadas, el objetivo será incrementar las ventas en el canal digital y también atraer a la cliente en la tienda física, cuando decida pisarla.

Esta semana se han visto las primeras iniciativas en este ámbito, con el lanzamiento en España del primer Social Live Shopping. Esta acción de marketing transforma la tienda en toda la vida en un acontecimiento interactivo, con fa-

mosos, *influencers* y diálogo directo con los clientes mediante la creación de experiencias que fidelicen la relación comercial más allá de la mera compra. El acto, organizado por la agencia de publicidad Be Agency y la empresa de *shopertainment* barcelonesa Fira, contó

DATO

13.000

millones de euros

Es lo que generará el comercio mediante streaming en directo en el mundo para el 2023, según la consultora Forrester

con la presencia de actores, figuras del deporte y de la gastronomía, además de los responsables de la empresa, en este caso Protein Gastronomy de Vic.

En EE.UU. Amazon ya cuenta con su canal propio de *live shopping*. Estas plataformas, como Taobao de Alibabá, también ofrecen experiencias similares en China. AliExpress ya ha ofrecido más de 44.000 directos. La interacción entre usuario y plataforma aporta otras ventajas, como la rapidez en las transacciones y contenido para las redes sociales que luego aprovecha la misma compañía. A cambio, el usuario disfruta de descuentos y promociones especiales. ¿La tendencia ha venido para quedarse? •