

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN





BIBLIOGRAFÍA ESPECIALIZADA

Diciembre 2020

VALOR DE MARCA

El Centro de Información y Documentación pone a disposición la **BIBLIOGRAFÍA ESPECIALIZADA sobre Valor de marca**, con la finalidad de recolectar referencias bibliográficas de libros, revistas, bases de datos y repositorios digitales disponibles en el medio para que lleguen a los ciudadanos, tanto en formato físico como virtual y ordenadas en una secuencia cronológica.

IMPORTANTE. - La colección impresa y los artículos de las bases de datos se encontrarán disponibles para su consulta en la sala de lectura del Centro de Información y Documentación del Indecopi, en cuanto se levanten las medidas sanitarias de emergencia. Si tuviera alguna duda adicional, por favor contáctenos.

 Dirección: Calle de la Prosa 104 San Borja
 Teléfono: (511) 2247800 anexos 5060, 5063, 5064
 Horario de Atención: Lunes a Viernes 8:30h a 16:30h
 Email: ldiaz@indecopi.gob.pe



COLECCIÓN IMPRESA Libros y revistas

AUTOR: INDECOPI

TÍTULO: Seminario internacional sobre valorización de la propiedad intelectual

DATOS DE PUBLICACIÓN: Lima, 1998

CÓDIGO: 346.048I59VPI1998

AUTOR: Smith, Gordon V.

TÍTULO: Trademark valuation

DATOS DE PUBLICACIÓN: New York: John Wileyand Sons, 1996

CÓDIGO: 346.0488S611996

AUTOR: Mezarina de Zela, Rómulo

TÍTULO: Valor tangible de los intangibles

DATOS DE PUBLICACIÓN: Lima

EN: Medio Empresarial. -- Vol. 4, N°. 33 (feb-mar., 2001), p. 55-56

AUTOR: Alvarez, Iván

TÍTULO: Valor de marca y desempeño de inversión

DATOS DE PUBLICACIÓN: Lima

EN: APAP. -- N°. 76 (2002), p. 36-38

TÍTULO: El valor de las marcas colectivas y de certificación para las empresas de menor peso

DATOS DE PUBLICACIÓN: Ginebra

EN: Revista de la OMPI. -- N°. 07-Sep (jul-set., 2002), p. 6-9

AUTOR: Reaño A., Martín

TÍTULO: El valor de la marca y la irrelevancia del Goodwill

DATOS DE PUBLICACIÓN: Lima

EN: Medio Empresarial. -- Vol. 4, N°. 37 (jul-ago., 2001), p. 53

TÍTULO: TV Educativa: Alternativas para América Latina y Cultural

DATOS DE PUBLICACIÓN: Lima

EN: APAP. -- Vol. 2, N°. 75 (2002), p. 64-68

AUTOR: Tollington, Tony

TÍTULO: The separable nature of brands as assets: The United Kingdom legal and accounting perspective

DATOS DE PUBLICACIÓN: Londres

EN: European intellectual property review. -- Vol. 23 (ene., 2001), p. 6-13

AUTOR: Salinas, Gabriela

TÍTULO: Securitización y valoración de activos intangibles y marcas

EN: Harvard Deusto Finanzas & Contabilidad. -- N°. 75 (ene-feb., 2007), p. 4-10

CÓDIGO: BD-0370

AUTOR: Vera Ramírez, Natalia

TÍTULO: La receta de Gastón

EN: América Economía. -- N°. 385 (mar., 2010), p. 38-39



AUTOR: Vanini, Felipe
TÍTULO: Perspectivas en un entorno de marcas globales
DATOS DE PUBLICACIÓN: Lima
EN: Anda News. -- Vol. 9, N°. 47 (ago-set., 2004), p. 42-43

AUTOR: Martinière Petroll, Martin
AUTOR: Damacena
AUTOR: Hernani Merino, Martín
TÍTULO: Medición y determinantes del valor de marca en la perspectiva del consumidor
EN: Contabilidad y negocios. -- Vol. 3, N°. 6 (nov., 2008), p. 19-37 (19p.)

TÍTULO: Marcas, líneas y valor: una visión estratégica
DATOS DE PUBLICACIÓN: Lima
EN: Anda News. -- Vol. 8, N°. 38 (mar., 2003), p. 28-29

AUTOR: Mesarina de Zela, Rómulo
TÍTULO: Las marcas dan valor... pero también se agotan
DATOS DE PUBLICACIÓN: Lima
EN: Medio Empresarial. -- Vol. 6, N°. 51 (abr-may., 2003), p. 47-48

AUTOR: Mesarina de Zela, Rómulo
TÍTULO: Las marcas: cómo cambian los tiempos
DATOS DE PUBLICACIÓN: Lima
EN: Medio Empresarial. -- Vol. 6, N°. 49 (feb., 2003), p. 49-50

AUTOR: Kors, Jorge Alberto
TÍTULO: La marca: una herramienta del derecho de la competencia
EN: Derecho de marcas. -- (1999), p. 155-176
CÓDIGO: 346.048C773

AUTOR: León Torres, Arturo
TÍTULO: La marca el patrimonio más valioso de una empresa
DATOS DE PUBLICACIÓN: Lima
EN: APAP. -- Vol. 5, N°. 78 (2002), p. 26

AUTOR: Medio Empresarial
TÍTULO: La marca como activo estratégico
DATOS DE PUBLICACIÓN: Lima
EN: Medio Empresarial. -- Vol. 4, N°. 36 (jun., 2001), p. 23

AUTOR: Wichtel, Eduardo
AUTOR: Ortiz, Eduardo
TÍTULO: Grandes marcas globales
DATOS DE PUBLICACIÓN: Lima
EN: Anda news. -- Vol. 16, N°. 120 (jun., 2012), p. 26-29

AUTOR: Grupo de Investigación de Ius et Veritas
TÍTULO: Estigmas. El misterio de la explotación de los signos distintivos
DATOS DE PUBLICACIÓN: Lima
EN: Ius Et Veritas. -- Vol. 13, N°. 26 (jun., 2003), p. 363-388

AUTOR: Reaño, Martín A.
TÍTULO: Determinando el valor de una marca



DATOS DE PUBLICACIÓN: Lima
EN: Anda News. -- Vol. 9, Nº. 46 (jun-jul., 2004), p. 39

AUTOR: Capon, Noel
AUTOR: Berthon, Pierre
AUTOR: Hulbert, James
AUTOR: Pitt, Leyland
TÍTULO: Custodia de marcas: una nueva responsabilidad de la alta dirección
DATOS DE PUBLICACIÓN: Boston
EN: Harvard Deusto. Marketing & Ventas. -- (set., 2002), p. 89-103
CÓDIGO: BD-0251



DIALNET

El valor de la marca y el valor de la empresa en internet

Federico Fuentes Martín, M^a Carmen Lozano Gutiérrez
Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa, ISSN 1135-2523, Vol. 10, N^o 1, 2004, págs. 111-133

El valor de la marca. Marketing de valores

Manel Cumplido Fernández
Foment del Treball Nacional = Fomento del trabajo, ISSN 1137-4128, N^o. 2134, 2011, págs. 34-35

Metodologías de medición del valor de la marca

Ana Belén del Río Lanza, Víctor Iglesias Argüelles, Rodolfo Vázquez Casielles, Agustín V. Ruiz Vega
Documentos de trabajo (Universidad de Oviedo. Facultad de Ciencias Económicas), N^o. 147, 1998

Autenticidad: valor de marca

Almudena Alonso Gómez
Investigación y marketing, ISSN 1131-6144, N^o. 131, 2016, págs. 52-52

Estudio de la configuración del "valor de marca" extremeña

Tomás Manuel Bañegil Palacios, Clementina Galera Casquet, Alejandro del Moral Agúndez
Revista de estudios regionales, ISSN 0213-7585, N^o. 64, 2002, págs. 207-234

La creación de marca como estrategia generadora de valor

Elena Delgado Ballester
Mediterráneo económico, ISSN 1698-3726, N^o. 11, 2007 (Ejemplar dedicado a: Nuevos enfoques del marketing y la creación de valor / coord. por María Jesús Yagüe Guillén), págs. 433-446

El valor de la marca a partir de su relación con el consumidor

Jesús Varela Mallou, Jean Pierre Lévy Mangin, Teresa Braña Tobío, Antonio Rial Boubeta
Psicothema, ISSN 0214-9915, ISSN-e 1886-144X, Vol. 12, N^o. 2, 2000, págs. 247-254

Medición del valor de marca desde un enfoque formativo

Isabel Buil Carrasco, Eva Martínez, Leslie de Chernatony
Management Letters / Cuadernos de Gestión, ISSN 1131-6837, Vol. 10, N^o Extra 1, 2010, págs. 167-196

Modelos multidimensionales para la medición del valor Marca

Ángel Francisco Villarejo-Ramos
Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa, ISSN 1135-2523, Vol. 8, N^o 3, 2002, págs. 13-44

El valor de la marca en épocas de crisis económica

Silvina Roldán Olmedo
Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, ISSN-e 1668-0227, N^o. 46, 2013 (Ejemplar dedicado a: Egresados de la Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo. [Catálogo de Tesis. 3^a Edición. Ciclo 2010-2011]), págs. 68-70



Medición y determinantes del valor de marca en la perspectiva del consumidor

Martin de La Martinière Petroll, Claudio Damacena, Martín Hernani Merino
Contabilidad y Negocios: Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas,
ISSN 1992-1896, ISSN-e 2221-724X, Vol. 3, N° 6, 2008, págs. 19-37

Valor de marca colectiva: aproximación desde el enfoque de la eficiencia

Ricardo Sellers Rubio, Francisco Mas-Ruiz
Working papers = Documentos de trabajo: Serie EC - (Instituto Valenciano de Investigaciones
Económicas), N° 1, 2011

El valor de marca: perspectivas de análisis y criterios de estimación

Ana Belén del Río Lanza, Rodolfo Vázquez Casielles, Víctor Iglesias Argüelles
Management Letters / Cuadernos de Gestión, ISSN 1131-6837, Vol. 1, N° 2, 2001 (Ejemplar
dedicado a: Marketing empresarial y sectorial), págs. 87-102

Perspectiva lingüístico-semiótica necesaria en el estudio del valor de la marca

Lidia Pellicer García
Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica, ISSN 1133-3634, N° 20, 2011, págs.
517-529

Panorama actual de los métodos de medición de marcas y valor de marca desde la orientación al consumidor

Leonardo Ortegón Cortázar
Poliantea, ISSN-e 2145-3101, ISSN 1794-3159, Vol. 6, N° 11, 2010

La importancia del grado de intensidad de la distribución en la determinación del valor de marca de un bien duradero

Ángel Francisco Villarejo-Ramos
Revista europea de dirección y economía de la empresa, ISSN 1019-6838, Vol. 12, N° 3, 2003,
págs. 41-58

Proposta de um Modelo Conceitual de Valor de Marca na Nova Lógica de Serviços

Livia Castro D'Avila Gonçalves, Ivan Lapuente Garrido, Claudio Damacena
RBGN: Revista Brasileira de Gestão de Negócios, ISSN 1806-4892, Vol. 12, N° 36, 2010,
págs. 341-357

Relaciones causales entre las TIC, la CIM y el valor de marca: un estudio a partir de las percepciones de los huéspedes

Maja Seric, Irene Gil Saura
Papers de Turisme, ISSN 0214-8021, N° 52, 2012, págs. 1-21

El valor de marca y la competitividad de PYMES: un estudio de construcción teórica a partir de la deducción científica.

Juan Gabriel Saltos Cruz, Liliana Elizabeth González Garcés, Nora Isabel Santiago Chávez
Revista Publicando, ISSN-e 1390-9304, Vol. 4, N° 10, 2, 2017, págs. 540-553

La usabilidad web y su impacto en el valor de marca: análisis heurístico en marcas españolas

Iria Rodríguez
Tesis doctoral dirigida por Ignacio Somalo Peciña (dir. tes.), Guillermo de Haro Rodríguez
(codir. tes.). Universidad Antonio de Nebrija (2017).



Valor de marca, calidad percibida y calidad real: un análisis comparativo del mercado de la leche

Emilio Ruza Sanmartín, Fernando Losada Pérez, José Manuel Barreiro Fernández
Revista española de estudios agrosociales y pesqueros, ISSN 1575-1198, N° 190, 2001, págs. 195-222

VLEX

La nostalgia como valor de marca: más que vender recuerdos, recuperación de valores

Consumo & Legal, Núm. 135, octubre 2017

Juan Valdez, una marca nacional que genera valor

El Tiempo, 30 de octubre de 2017

Ignoran valor de su marca

Reforma - México DF, 3 de diciembre de 2015

Estiman padezca VW pérdida de hasta 50% en su valor de marca

El Universal, 28 de septiembre de 2015

Chile: el valor de la marca

El Mercurio, 7 de abril de 2015

El valor de la marca Perú

El Comercio, 21 de marzo de 2014

Riesgos en las redes sociales ¿Cómo proteger el valor de la marca de los riesgos de redes sociales? (Primera parte)

Revista Contaduría Pública, Núm. 30, junio 2014

Riesgos en las redes sociales ¿Cómo proteger el valor de la marca de los riesgos de redes sociales? (Segunda parte)

Revista Contaduría Pública, Núm. 31, julio 2014

Incrementando el valor de la marca por innovación

Consumo & Legal, Núm. 84, Julio 2013

The calculation of brand equity by the consumer: an empirical study in the mobile phone sector/O cálculo do valor da marca por consumidores: estudo empirico no setor de telefonia move/El cálculo del valor de la marca por consumidor: estudio empirico...

Revista de Gestao USP, Vol. 20 Núm. 4, octubre 2013

Inversiones en marketing y valor de marca

Consumo & Legal, Núm. 74, septiembre 2012





ACCESO ABIERTO

Améstica-Rivas, Luis, & King-Domínguez, Andrea (2017). Importancia y valor económico de la marca en el sistema universitario. *Opción*, 33(83),545-571. [fecha de Consulta 17 de diciembre de 2020]. ISSN: 1012-1587.

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=310/31053772020>

El Valor de la propiedad intelectual, los activos intangibles y la reputación/ Kelvin King, socio fundador de Valuation Consulting

https://www.wipo.int/sme/es/documents/value_ip_intangible_assets.htm

European IPR Helpdesk Hoja Informativa Valoración de la Propiedad Intelectual

http://www.ivace.es/PDFs/Valoraci%C3%B3nIP_Trad.pdf

Valoración de marcas a través de modelos financieros. Una aplicación a Melia Hotels International Gracia Rubio-Martín Complutense University of Madrid

graciarubiomartin@ccee.ucm.es Mercedes Rodríguez Paredes. Cuadernos de Estudios Empresariales ISSN: 1131-6985 2016, vol. 26, 125-153

<http://dx.doi.org/10.5209/CESE.54164>

Cómo reflejar el valor de la propiedad intelectual en los informes de contabilidad / Roya Ghafele

https://www.wipo.int/sme/es/documents/ip_accounting.htm