



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE INGENIERÍA
CARRERA DE INGENIERÍA CIVIL**

TEMA:

**Valoración de activos intangibles en una empresa del sector
de la construcción**

AUTOR:

Alcívar Izurieta, Sebastián Andree

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
INGENIERO CIVIL**

TUTOR:

Vera Armijos, Jorge Xavier

Guayaquil, Ecuador

14 de septiembre del 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA
CARRERA DE INGENIERÍA CIVIL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Alcívar Izurieta, Sebastián Andree**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero Civil**.

TUTOR (A)

f. _____
Vera Armijos, Jorge Xavier, Ing.

DECANO DE LA FACULTAD

f. _____
Chon Díaz, Carlos, Ing. MSc.

Guayaquil, a los 14 días del mes de septiembre del año 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE INGENIERÍA
CARRERA DE INGENIERÍA CIVIL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Alcívar Izurieta, Sebastián Andree**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Valoración de activos intangibles en una empresa del sector de la construcción** previo a la obtención del título de **Ingeniero Civil**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 14 días del mes de septiembre del año 2021

EL AUTOR (A)

f. _____
Alcívar Izurieta, Sebastián Andree



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE INGENIERÍA
CARRERA DE INGENIERÍA CIVIL**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Alcívar Izurieta, Sebastián Andree**

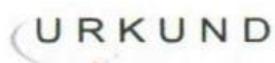
Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Valoración de activos intangibles en una empresa del sector de la construcción**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 14 días del mes de septiembre del año 2021

EL (LA) AUTOR(A):

f. _____
Alcívar Izurieta, Sebastián Andree

Reporte de Urkund



Urkund Analysis Result

Analysed Document: ALCIVAR_SEBASTIAN_FINAL (5).doc (D113129483)
Submitted: 9/21/2021 9:24:00 PM
Submitted By: clara.glas@cu.ucsg.edu.ec
Significance: 9 %

Sources included in the report:

TESIS NIC 38.docx (D11362810)
TESIS VERONICA BAQUE UTEQ.pdf (D11070992)
tesis diana cpa (1).docx (D49057043)
https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/vigentes/nic/38_NIC.pdf
<https://www.ctcp.gov.co/publicaciones-ctcp/orientaciones-tecnicas/1472852086-3033>
https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/vigentes/nic/NIC_038_2014.pdf
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/12783/Ensayo%20%20Activos%20Intangibles.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
<https://docplayer.es/46874052-Edicion-especial-instituto-ecuadoriano-de-la-propiedad-intelectual-resolucion-no-de-iepi-apruebase.html>

Instances where selected sources appear:

26



Firmado digitalmente por:
JORGE XAVIER
VERA ARMIJOS

AGRADECIMIENTO

Quiero brindar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que me brindaron su apoyo durante toda mi carrera universitaria, gracias a todos docentes y compañeros estoy aquí.

Agradezco a mis padres quienes, con su dedicación, esfuerzo y fe me ayudaron para alcanzar esta meta.

Agradezco a mi tutor Ing. Jorge Vera, por guiarme en este trabajo de investigación.

Agradezco a Dios por guiarme con su sabiduría durante el camino y llegar a salvo.

Agradezco a mis hermanos por siempre estar para mi cuando los necesite.

Sebastián Alcívar Izurieta

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se lo dedico a las personas que siempre han estado a mi lado durante mi carrera universitaria y mi vida, mi familia, mis padres, mis abuelos, mis hermanos y a mi hijo, quienes fueron mi motivación para llegar hasta aquí.

También dedicarle este logro a Dios que es quien me ha traído con salud hasta aquí y me ha dado fortaleza para superar toda prueba.

Sebastián Alcívar Izurieta



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA
CARRERA DE INGENIERÍA CIVIL**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Carlos Chon Díaz, MSc.
DECANO DE LA FACULTAD

f. _____

Ing. Clara Glas, MSc.
DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Javier Plaza Vera, PhD
OPONENTE

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	2
CAPITULO I: GENERALIDADES SOBRE EL TEMA	4
1.1 Activos tangibles	4
1.2 Activos intangibles	4
1.3 La construcción de una marca como valor	7
1.4 El sector de la construcción en Ecuador.....	8
CAPITULO II; MARCO TEÓRICO.....	11
2.1 Metodología del Project Management Institute (PMI).....	11
2.2 Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).....	14
2.2.1 Antecedentes de las NIIF	14
2.2.2 Objetivo de las NIIF	15
2.2.3 NIIF 3.- Combinaciones de Negocios.....	15
2.2.4 NIIF 13.- Medición del valor razonable.....	16
2.3 Normas Internacionales de Contabilidad (NIC).....	19
2.3.1 Antecedentes de las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC)	19
2.3.2 Objetivo de las NIC 38	20
2.3.3 Activos intangibles.....	20
2.4 Metodologías para valoración de activos intangibles.....	22
2.4.1 Metodología del costo	23
2.4.2 Metodología de mercado o transacciones similares	23

2.4.3	Metodología de Ingresos.....	24
2.5	Manual de metodología de valoración de activos intangibles de propiedad intelectual	27
2.6	Concepto de activos intangibles	32
2.7	Características de activos intangibles.....	32
2.8	Tipos y clases de activos Intangibles.....	33
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....		39
3.1	Método de investigación.....	39
3.2	Enfoque de la investigación	39
3.3	Tipo de investigación	40
3.4	Tipo de estudio	40
3.5	Técnicas e instrumentos	40
3.6	Población y muestra	41
3.6.1	Población	41
3.6.2	Muestra	41
3.7	Resultados.....	42
3.7.1	Análisis de entrevistas a expertos.....	42
3.7.2	Análisis de encuestas.....	44
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA PROPUESTA PARA LA VALORACIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES EN UNA EMPRESA DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN.....		51
CONCLUSIONES.....		62
RECOMENDACIONES.....		63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Evolución Cronológica de Interés en Intangibles.....	5
Figura 2 Intangibles de la Empresa.....	6
Figura 3 Producto Interno Bruto (PIB), Precios 2007 y Tasas de Variación...9	
Figura 4 Producto Interno Bruto (PIB), Precios 2007 y Sectores de la Economía.....	10
Figura 5 Grupos de Procesos.....	12
Figura 6 Flujo de la Información.....	12
Figura 7 Áreas del Conocimiento.....	13
Figura 8 Clasificación para Activos Intangibles según su Existencia.....	34

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Activo Intangible	44
Tabla 2 Identificación de un Activo Intangible en las Empresas	44
Tabla 3 Detectar un Activo Intangible en las Empresas	45
Tabla 4 Valorización del Activo Intangible “Marcas”	45
Tabla 5 Requisitos Contables que se Requieren para que una “Marca” sea Reconocida como un Activo Intangible de la Empresa	46
Tabla 6 Método que utiliza su Empresa para la Valoración del Activo Intangible “Marcas”	47
Tabla 7 Periodicidad su Empresa Valora el Activo Intangible “Marcas”	48
Tabla 8 Valoración adecuada y oportuna del Activo Intangible “Marcas” incide en los Estados Financieros	48
Tabla 9 Valoración del Activo Intangible “Marcas” afecta a la Rentabilidad de la Empresa	49
Tabla 10 ¿Le Gustaría contar con una Metodología que Resuma lo Normado e Incorpore Nuevos Elementos para la Valoración de Activos Intangibles “Marcas”?	50
Tabla 11 Activo Intangible “Marcas” Valorado por Método de Costos	57
Tabla 12 Principales Variables Macroeconómicas para Valoración del Activo Intangible “Marcas” a través del Método de Flujo de Caja	58
Tabla 13 Activo Intangible “Marcas” Valorado por Método de Flujo de Caja (Miles de dólares)	58

RESUMEN

A finales del siglo XX, los activos intangibles han pasado a representar valores significativos dentro de muchas empresas, por lo que se vuelve importante poder valorar, la propiedad intelectual, derechos contractuales, marcas, patentes, licencias, datos, derechos económicos y no económicos, entre otros. El objetivo de este estudio es determinar una metodología adecuada para la valoración de activos intangibles en una empresa del sector de la construcción, entonces se pretende responder a la siguiente pregunta: ¿cómo determinar una metodología adecuada para la valoración de activos intangibles en una empresa del sector de la construcción? La propuesta radica en una metodología para la valoración de activos intangibles siguiendo los lineamientos del Project Management Institute (PMI), de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), haciendo una revisión de la literatura referente al tema, como la aplicabilidad de técnicas e instrumentos metodológicos. El enfoque utilizado es de corte cuantitativo. Como resultado, es importante que los empresarios de la construcción conozcan y apliquen metodologías adecuadas para la valoración de sus activos intangibles, como es el caso de "Marcas" que pueden representar valores importantes dentro de sus proyectos de construcción y así poder obtener una rentabilidad sostenible.

Palabras Claves: *Activos tangibles, activos intangibles, marcas, sector de la construcción.*

SUMMARY

At the end of the twentieth century, intangible assets have come to represent significant values within many companies, so it becomes important to be able to value intellectual property, contractual rights, trademarks, patents, licenses, data, economía and non-economic rights, among others. The objective of this study is to determine an appropriate methodology for the valuation of intangible assets in a company of the construction sector, then it is intended to answer the following question: ¿how to determine an appropriate methodology for the valuation of intangible assets in a company of the construction sector? The proposal is based on a methodology for the valuation of intangible assets following the guidelines of the Project Management Institute (PMI), the International Financial Reporting Standards (IFRS) and International Accounting Standards (IAS), reviewing the literature on the subject, as well as the applicability of techniques and methodological tools. The approach used is quantitative. As a result, it is important that construction entrepreneurs know and apply appropriate methodologies for the valuation of their intangible assets, such as "brands" that may represent important values within their construction projects and thus be able to obtain a sustainable profitability.

Keywords: *Tangible assets, intangible assets, brands, construction sector.*

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, ha habido profundos cambios en el entorno social, económico y político, llegándose a modificar el tradicional desarrollo de la actividad productiva, lo que ha originado cambios cada vez más competitivos y globalizados, a todo nivel, y de manera específica a nivel de las empresas.

Valorar una empresa, implica, poseer el valor contable de sus bienes y servicios, como: terrenos, edificio, maquinaria, equipo, mobiliario, sus derechos y sus obligaciones. La nueva era del conocimiento considera la valorización de una parte invisible o intangibles, como: los conocimientos humanos, el saber-hacer, las competencias del personal, la propiedad intelectual, las marcas, patentes, relaciones con los clientes y conocimientos sobre el comportamiento del mercado, todo esto, sumado nos da como resultado el valor de mercado, es decir lo que se está dispuesto a pagar por una empresa.

Este estudio resulta de particular importancia académica y además enriquece los estudios sobre el tema existente. Dado que existen múltiples metodologías, para valorar activos intangibles, principalmente en empresas del sector de la construcción, pero se trata de focalizarse en una concreta. En particular, se pretende responder a la siguiente pregunta: ¿cómo determinar una metodología adecuada para la valoración de activos intangibles en una empresa del sector de la construcción?

El objetivo de este estudio es: determinar una metodología adecuada para la valoración de activos intangibles en una empresa del sector de la construcción, siendo los objetivos específicos: (i) revisar las principales metodologías para valorar activos intangibles, y (ii) aplicar una metodología apropiada para la valoración de activos intangibles a un proyecto en el sector de la construcción.

El proceso investigativo, es de corte cuantitativo, se ha realizado teniendo en cuenta una revisión de la literatura de las principales metodologías para valorar activos intangibles, existente. Además,

considerando los lineamientos del PMI, de las NIIF, y de las NIC, articulado a técnicas e instrumentos metodológicos, como entrevistas a expertos en valoración de activos, encuestas aplicadas a representantes legales de empresas, una muestra de empresarios constructores.

A partir de la información obtenida se describe una metodología apropiada para la valoración de activos intangibles a un proyecto en el sector de la construcción, específicamente al activo intangible “Marcas”, lo que va a permitir que los empresarios de la construcción conozcan y apliquen metodologías adecuadas para la valoración de sus activos intangibles, que permitan generar valores importantes dentro de sus proyectos de construcción y así poder obtener una rentabilidad empresarial sostenible.

Para cumplir con el objetivo propuesto, este documento se lo ha dividido en cuatro (4) capítulos: (i) el capítulo I trata sobre aspectos generales relacionados al tema, (ii) en el capítulo II se habla sobre el marco teórico, (iii) el capítulo III trata sobre el proceso metodológico y los resultados obtenidos en la investigación, (iv) en el capítulo IV se presenta una propuesta metodología para la valoración de activos intangibles.

CAPITULO I

GENERALIDADES SOBRE EL TEMA

1.1 Activos tangibles

Los activos tangibles son aquellos que se pueden tocar, es decir, son cuantificables y medibles, así pues, los activos de una empresa están clasificados por: activo fijo o no corriente, que es aquel que sirve de manera duradera a la empresa, por más de un año; y activo corriente o activo circulante, que tiene que ver al ciclo normal de operación de la empresa, en un plazo menor a un año (Alcalde, 2015).

Concordante con lo antes indicado, un activo tangible, para ser contabilizado como tal, debe presentar características como: debe ser físicamente tangible, la vida útil al igual que los beneficios económicos a obtenerse deben ser superior a un año de acuerdo al ciclo operativo de la empresa (Guerrero, 2014).

En resumen, un activo tangible en una empresa puede ser cualquier bien o servicio físico, con sus correspondientes elementos que conforman dicho activo, la información que se tenga respecto a este tipo de activos es de mucha utilidad, ya que va permite tomar decisiones respecto a la empresa, concretamente en lo referente a la situación financiera que se encuentra la misma.

1.2 Activos intangibles

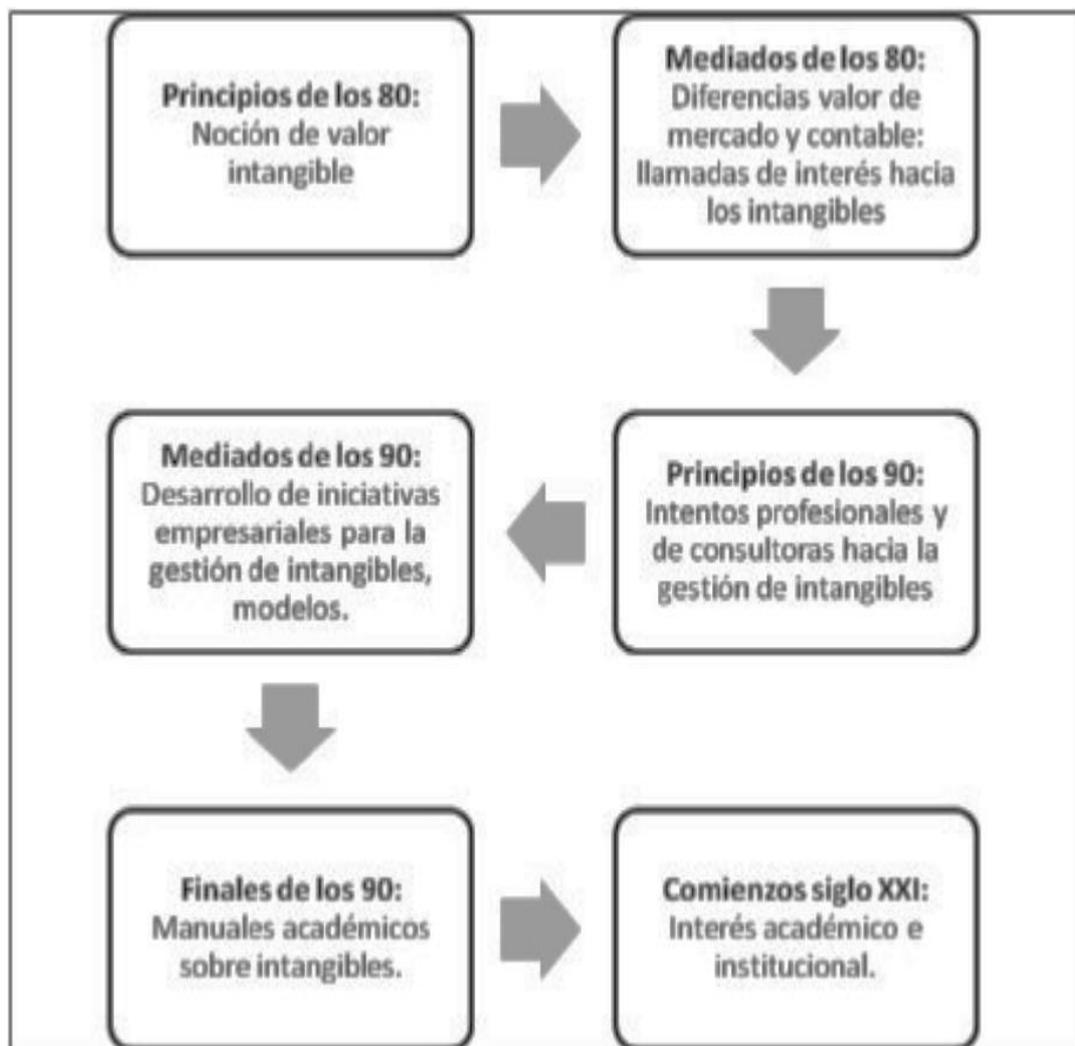
Actualmente, las empresas marcan una gran diferencia entre el valor contabilizado y el valor de mercado, la explicación lógica respecto a esta deferencia, según algunos concedores del tema radica en la incorporación al registro contable de algunos activos, denominados activos intangibles, los cuales permiten la generación de ventajas competitivas al interior de las empresas (Alvarez , 2005).

Un activo intangible se lo puede definir como un activo que reúne atributos de identificabilidad, de carácter no monetario y no tiene apariencia física (Álvarez & Ortiz, 2014).

Como se puede apreciar en la figura 1, en las últimas décadas, el interés por los intangibles ha ido evolucionando desde la noción de intangible hasta el desarrollo e interés académico y empresarial por el desarrollo de iniciativas para su gestión.

Figura 1

Evolución Cronológica de Interés en Intangibles



Fuente y elaboración: Polo F.C and Rodríguez C.R (2014) / Tomado de Alcalde, R. Análisis Empírico del Valor Intangible de las Empresas, Desarrollo y Aplicación de un Modelo de Valorización de las Empresas, 2015.

A finales del siglo XX, se empezó a visualizar que la rentabilidad de las empresas ya no radicaba específicamente de las inversiones en activos tangibles, sino por el contrario, su mayor peso radicaba en las inversiones de activos intangibles, tanto a nivel nacional como internacional, para lo cual se han creado algunas normas y procedimientos, por tanto, la importancia y reconocimiento de los intangibles, se empezó a constatar en los estados financieros y en la rentabilidad empresarial obtenida (Márquez, 2010).

En la figura 2, se pueden visualizar algunas variables cualitativas que son elementos o atributos de un activo intangible de la empresa, los cuales se encuentran articulados entre sí y encierran una serie de definiciones de importancia para la generación de valor en la empresa.

Figura 2

Intangibles

TIPO DE CAPITAL	Intangibles que comprende
CAPITAL HUMANO	Conocimientos Competencias Creatividad Habilidades Experiencia Liderazgo Motivación
CAPITAL ESTRUCTURAL	Organización Cultura corporativa Investigación y desarrollo Propiedad intelectual Marcas Patentes
CAPITAL RELACIONAL	Calidad del servicio Imagen corporativa Relación con clientes y proveedores Relación con bancos Relación con la Administración y la sociedad Relación con los accionistas

Fuente y elaboración: González Millán (2009) /Tomado del libro: Valoración de Activos Intangibles, Marcas y Patentes. Métodos y Casos Prácticos. / Aznar Jerónimo, Cayo Teodosio, López Arturo, 2017.

De lo anteriormente indicado, los activos intangibles son inmateriales, a diferencia de los activos tangibles, los intangibles van a requerir de un proceso de desarrollo distinto a los tangibles, es decir, un proceso más consistente y personalizado, que permitan la incorporación de elementos fundamentales, para la generación de ventajas competitivas y una mayor viabilidad empresarial (Loachamín, 2013).

Cabe señalar, los activos intangibles, constituyen todos los elementos no visible, dentro de la empresa, que aportan valor a una iniciativa intelectual. Es decir, lo constituye toda innovación o aspecto, que genere el valor intelectual al interior de la empresa, el valor intelectual va más allá del diseño de una marca o patente (Borja, 2011).

Lo antes expresado, afianza la importancia de los activos intangibles en una empresa, por tanto, urge la necesidad de la contabilización del activo, la técnica y la valoración del mismo, que permita la valorización como tal, y no incurra en un gasto, para la empresa.

Por último, los activos intangibles son menos visibles y más difíciles de sustituir, o adquirirlos por la competencia, lo cual es una ventaja para la empresa, lo cual genera una mayor sostenibilidad (Rico & Abadía, 2017).

1.3 La construcción de una marca como valor

Rico & Abadía (2017), consideran que una marca tiene su origen con la evolución del ser humano y sus diferentes etapas o procesos, es así, que la marca en una empresa, cada vez son valiosas e importantes para el desarrollo y crecimiento de la misma, convirtiéndose en uno de los principales generadores de ingresos y rentabilidad, especialmente, las empresas vinculadas al sector de la construcción

Hay muchas maneras como se puede visualizar las marcas, en la práctica se centra en unas características, como la diferenciación que busca brindar a los clientes, y beneficios, elementos que la diferencian de otras marcas; al igual que, la lealtad por preferencia, compromiso y satisfacción hace que la marca tenga tanta influencia y fuerza que pueda atraer los clientes, retenerlos y poder mantenerlos satisfechos a lo largo del tiempo, otra de estas características están relacionadas con la evaluación financiera que busca resultados de las actividades de mercado que la empresa realiza a la marca (Manene, 2011).

Valorar una marca, muchas veces, puede volverse difícil debido a la heterogeneidad y subjetividad, a la que están sujetas, sumando a ello la no

existencia de un solo método para su valoración se va a obtener diferentes resultados, debido a la aplicación de los mismos, pese a esta dificultad, hoy en día las empresas han logrado estandarizar algunos métodos y su aplicabilidad, capaces de asegurar con los requisitos mínimos de calidad y normativa (García & Villalba, 2018).

Lo antes señalado, permite sistematizar un alto nivel de familiarización con la marca, lográndola asociar en la memoria, así como la perduración de la misma en la memoria de los clientes, originando una triangulación estratégica de los diferentes elementos del activo intangible.

Después de identificar y valorar una marca, se procede a identificar el espacio a desarrollar. Los valores y la personalidad no pueden medir de manera tangible, es aquí donde los activos intangibles forman parte de la marca, es decir, conocer su valoración a partir de cómo el público los percibe. En el diseño y elaboración de la marca no solo se considera su expresión visual y verbal, sino diversos elementos, que pueden aportar a la construcción de la marca, entre ellos, la comunicación, símbolos, entre otros. En definitiva, lo que se valora es la interrelación de la marca con los consumidores y la percepción de como estos la ven (Branzai, 2012).

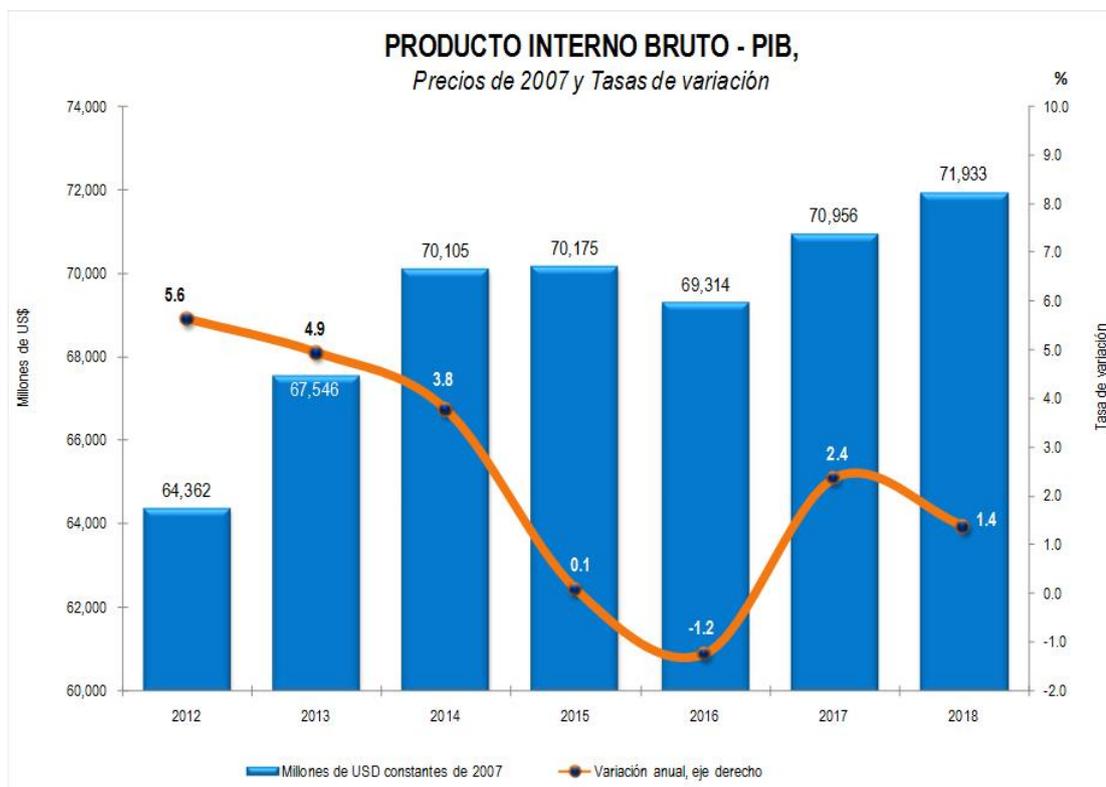
1.4 El sector de la construcción en Ecuador

La construcción es una actividad que articula dos grandes actividades económicas como son: la transformación de materia prima en su inicio y la actividad inmobiliaria, de ahí, que la construcción es un complejo productivo de alta significación, debido a las grandes inversiones y al continuo flujo de capital, por tanto, está ligado a indicadores macroeconómicos como es el Producto Interno Bruto (PIB).

En la figura 3, se puede observar los resultados de las Cuentas Nacionales publicadas por el Banco Central de Ecuador (BCE), el Producto Interno Bruto (PIB) de la economía ecuatoriana, alcanzó los USD 70,354 millones de dólares constantes de 2007, presentando un crecimiento de 0,1% en relación al año 2014 (Tabares, 2020).

Figura 3

Producto Interno Bruto (PIB), Precios 2007 y Tasas de Variación



Fuente y Elaboración: Banco Central del Ecuador, 2018 / Tomado de: Análisis de Exportaciones Ecuatorianas de Productos no Tradicionales / Tabares Cedillo Cristina-2020

La economía ecuatoriana se contrajo 1,2% en el año 2016, debido a dificultades por la baja del precio internacional del petróleo y las millonarias pérdidas por el terremoto de abril de 2016.

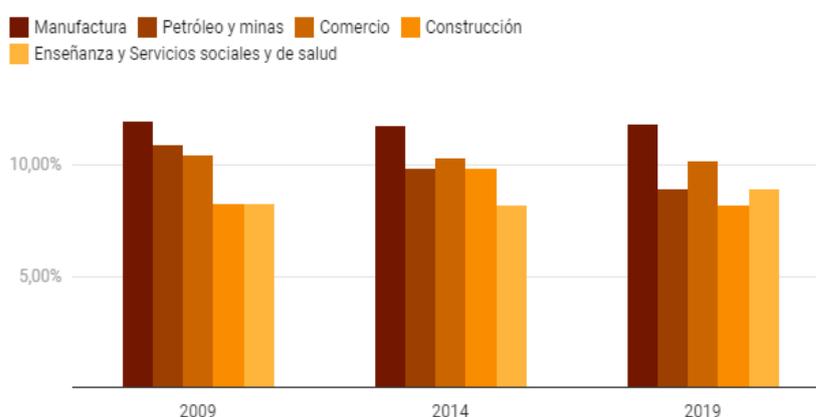
En el año 2017, el PIB registró un crecimiento en términos reales de 2.4%. Este dinamismo en mercado por el aumento del Gasto del Consumo Final de los Hogares, el Gasto de Consumo Final del Gobierno General y las Exportaciones. En términos corrientes, el PIB alcanzó USD 103,057 millones de dólares.

En el año 2018, el crecimiento del PIB, se debe por: i) mayor gasto de consumo final de gobierno general (2,9%); ii), aumento de 2,7% en el gasto de consumo final de los hogares; iii) mayor formación bruta de capital fijo (FBKF) (2,1%); y iv) incremento del 0,9% de las exportaciones de bienes y servicios.

En el año 2019, la economía ecuatoriana creció, según el Banco Central de Ecuador, el Producto Interno Bruto (PIB) fue de 0,3% en comparación con similar período de 2018. Los principales factores que explican el crecimiento de 0,3% del PIB son la mayor dinámica de las exportaciones y del consumo final de los hogares, que subieron 5,7% y 0,6%, respectivamente, a nivel interanual (Tabares, 2020).

Figura 4

Producto Interno Bruto (PIB), Precios 2007 y Sectores de la Economía



Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

En la figura 4, se puede apreciar que el aporte del sector de la construcción al PIB, según información del Banco Central de Ecuador, es muy significativo, en cuanto a indicadores de generación de valor agregado, atracción de inversión y creación de plazas de empleo. Además, es una de las cinco ramas que más aporta al PIB en términos reales. En 2009, la participación del sector construcción fue de 8,24% del PIB, en 2014 fue de 9,83% y en 2019 –aunque decreció- acapará 8,17% del PIB. (Banco Central de Ecuador, 2020)

En resumen, en nuestro país, el sector de la construcción, dentro de los diversos sectores que conforman la economía ecuatoriana, constituye uno de los sectores importantes y estratégicos, que contribuyen en el desarrollo del país, debido a que sus productos o servicios de forma directa o indirecta aportan al desarrollo de la economía nacional, generando fuentes de empleos y bienestar a la población.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Metodología del Project Management Institute (PMI)

Existen diferentes metodologías, para el diseño y formulación de proyectos, de ahí que es necesario focalizarse en una de manera específica.

La gestión de proyectos según el Project Management Institute (en adelante PMI) posee reconocimiento a nivel mundial, por lo que dada la situación económica y laboral en la que nos movemos hoy en día, los conocimientos sobre este tipo de gestión permiten tener una visión sobre la preparación necesaria para optar a algunos proyectos.

El PMI se fundó en año 1969, en Estados Unidos. En la década de los años 80 se realizó la primera evaluación para la certificación como profesional en gestión de proyectos (PMP por sus siglas en inglés); además de esto, se implantó un código de ética para la profesión. A principios de los 90 se publicó la primera edición de la Guía del PMBOK (Project Management Body of Knowledge), la cual se convirtió en un pilar básico para la gestión y dirección de proyectos.

El PMBOK es una guía utilizada por los gestores de proyectos con el fin orientar el proceso de un proyecto. Se caracteriza por la definición de los procesos y las áreas de conocimiento, de las cuales se generan prácticas. La ventaja de utilizar esta guía para proyectos es que es de aplicación general, y las prácticas y los conocimientos descritos pueden ser adaptados a muchas realidades organizacionales (PMI, 2017).

La guía está dividida en dos grandes grupos: (i) de proceso y (ii) áreas de conocimiento.

En la figura 5, se detallan las fases de procesos, existiendo una línea temporal desde el inicio, planificación, control, evaluación y cierre del proyecto con relación con los diferentes procesos en cada etapa.

Figura 5

Grupos de Procesos

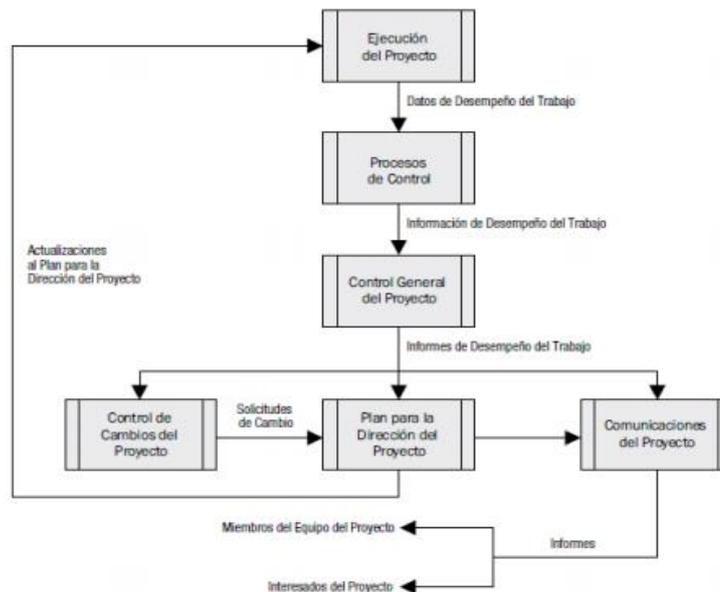


Fuente y Elaboración: Project Management Institute-PMI, 2018 / Tomado del Libro: *Conceptos Fundamentales de Administración de Proyectos de Inversión Enfoque en Metodología PMI*, 2018.

La figura 6, muestra la información relacionada con los flujos de información, donde se almacena, analiza, transforma y distribuye toda la información, a los integrantes del equipo del proyecto, para su conocimiento y aplicación.

Figura 6

Flujo de la Información



Fuente y Elaboración: Project Management Institute-PMI, 2018 / Tomado del Libro: *Conceptos Fundamentales de Administración de Proyectos de Inversión Enfoque en Metodología PMI*, 2018.

En lo que respecta a las áreas del conocimiento, el PMBOK tiene definido 47 procesos que cubren las áreas específicas del conocimiento, las cuales se visualizan en figura 7.

Figura 7

Áreas del Conocimiento



Fuente y Elaboración: Project Management Institute-PMI, 2018 / Tomado del Libro: Conceptos Fundamentales de Administración de Proyectos de Inversión Enfoque en Metodología PMI, 2018.

Cada una de las fases han sido tratadas como secuenciales, y forman parte del ciclo de vida del proyecto, ya que el alcance, tiempo y costos del proyecto están definidos desde su planteamiento. Desde esta perspectiva hay que tener presente que este proceso es estático, se pueden dar ciertas modificaciones, pero el alcance no varía y hay que entregarlo en su totalidad (Amejide, 2016).

Cabe indicar, que es bastante complejo tener procesos de forma individual, ya que están articulados entre sí, debido a que los procesos y áreas de conocimiento se relacionan entre sí, para el seguimiento y monitoreo del proyecto, aplicando los procesos, existe una tabla en la que se verificará según la leyenda si se ha realizado el proceso, y en caso de no realizarlo, el motivo.

En resumen, el éxito de un proyecto va a depender de los resultados a obtenerse, teniendo en cuenta los límites de alcance, tiempo, costo, calidad, recursos y riesgo, aprobados por los directores del proyecto y la alta dirección, de esta forma se lograría obtener objetivos planteados. En la implementación del proyecto, se pueden dar desfases, pero con directrices bien delineadas, desde la dirección del mismo, se logrará concluir con éxito y en el tiempo esperado (Acosta, Yagual, Coronel, & Sánchez, 2018).

2.2 Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

2.2.1 Antecedentes de las NIIF

Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) constituyen un conjunto de información contable, diseñadas e implementadas por el International Accounting Standards Board (IASB), Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad, actualmente, que establece los requisitos de reconocimiento, valoración, presentación e información a revelar sobre las transacciones y hechos económicos, que se detallan en los estados financieros. Además, el proceso de globalización constituye un pilar fundamental para que los países decidan implementar las NIIF ya que existe la necesidad que las empresas deben manejarse con un solo lenguaje contable que permita que los agentes involucrados en estos procesos, con el fin de poder comprender y tomar decisiones (Torres, 2011).

Al año 2021 existen 16 NIIF, las cuales permiten una valoración apropiada de todas las partidas; caso particular, referente a la valorización de activos intangibles, se han considerado las NIIF 3 y NIIF 13, respectivamente. Es importante indicar, que estas normas, constituyen la guía para la presentación de los estados financieros, por parte de las empresas, en el marco establecido y vigente internacionalmente.

2.2.2 Objetivo de las NIIF

El objetivo general de las NIIF es armonizar y articular la normativa contable existente a nivel internacional. Para lo cual, se debe usar un mismo lenguaje contable y financiero, hacer cumplir las Normas y garantizar la credibilidad de la información financiera, así como, presentar información financiera de calidad, transparente y flexible, que permita dar solución a los problemas contables (Donoso, 2017).

2.2.3 NIIF 3.- Combinaciones de Negocios

2.2.3.1 Objetivo de la NIIF 3

El objetivo de esta NIIF es: aumentar la relevancia, fiabilidad y correspondencia de información financiera, a través de la articulación de empresas separadas, en una sola empresa (Torres, 2011).

2.2.3.2 Activos intangibles

Considerando la definición del estándar internacional, en esta NIIF se indica, que un activo intangible, no es monetario, plenamente identificable, sin apariencia física. Además, es controlable y genera beneficios a futuro (NIIF / IFRS, 2012).

2.2.3.3 Identificación de una combinación de negocios

El método de la adquisición

De acuerdo con esta NIIF / IFRS, (2012), respecto a los activos intangibles esta Norma proporciona procesos sobre el reconocimiento de dichos activos. La aplicación de este método requiere:(a) identificación del adquirente;(b) registro contable de la fecha que se adquiere el activo intangible, (c) registro y valoración de los activos adquiridos e identificados, (d) registro y valoración del beneficio económico obtenido por compra del activo.

2.2.4 NIIF 13.- Medición del valor razonable

2.2.4.1 Objetivo de la NIIF 13

El objetivo de esta NIIF, este articulado, cuando otra NIIF requiera o permita mediciones a valor razonable, así como, información disponible sobre mediciones a valor razonable. Teniendo en cuenta, que el valor razonable se lo puede definir como el precio que se recibe por vender un activo o pagado cuando se transfiere un pasivo (Loachamin, 2013)

2.2.4.2 Valor razonable

De acuerdo a esta NIIF, el valor de una empresa se lo mide en base al mercado, cuya finalidad es estimar el precio que se generaría de una transacción, para vender un activo o transferir un pasivo entre los miembros del mercado. Esto porque el concepto de valor razonable está centrado en los activos y pasivos de una empresa, ya son un objeto principal de la medición en contabilidad (NIIF / IFRS, 2012).

. Según la NIIF / IFRS, (2012), sostiene que el valor razonable de un activo o un pasivo, de una empresa, será medido, partiendo del supuesto de que los integrantes de la transección, buscan su mejor interés económico. Para desarrollar esos supuestos, una empresa no necesitará identificar de manera específica a los participantes del mercado. Por el contrario, la empresa establecerá las características que identifican a los participantes del mercado, factores específicos como: (a) el activo o pasivo; (b) el mercado principal, para el activo o pasivo; y (c) los participantes del mercado con los que la empresa realizaría la transacción correspondiente.

2.2.4.3 Premisa de valoración para activos no financieros (Activos intangibles)

La medición a valor razonable de un activo no financiero o activo intangible, parte del supuesto de que el activo se vende de forma articulada con la unidad de cuenta especificada en otras NIIF. Es el caso la medición a valor razonable supone que el eficiente y eficaz uso del activo es relacionado con otros activos, esto se da porque una medición a valor razonable parte

del supuesto que el participante de mercado ya mantiene los activos complementarios y los pasivos asociados (NIIF / IFRS, 2012).

Según la NIIF / IFRS, (2012), el máximo y mejor uso de un activo intangible, puede proporcionar, de manera aislada, el valor máximo, para quienes forman parte de la transacción. Por lo tanto, el valor razonable del activo sería el valor que se fijaría en una transacción, por vender el activo a integrantes del mercado que lo pueden utilizar de manera independiente o grupal.

2.2.4.4 Técnicas de valoración

Utilizar una técnica de valoración, concordante a los requerimientos establecidos, tras la existencia de datos disponibles para medir el valor razonable, permite a la fecha de la respectiva valoración estimar el respectivo precio, es decir, en las condiciones de mercado actual. Una empresa utilizará técnicas de valoración relacionadas con enfoques como: mercado, costos y de ingresos, para medir el valor razonable (NIIF / IFRS, 2012).

(a) Enfoque de Mercados

El enfoque de mercado utiliza los precios e información relevante, producto de las transacciones de mercado que tienen que ver con activos, pasivos individuales, o un grupo de activos y pasivos idénticos o comparables. Algunas técnicas de valoración relacionadas con este enfoque utilizan por lo regular múltiplos de mercado. Múltiplos que pueden expresarse mediante rangos de valores, donde a cada comparable puede corresponderle un múltiplo diferente. La selección del múltiplo adecuado dentro del rango requiere del criterio profesional, teniendo en cuenta los factores cuantitativos y cualitativos específicos de la medición (NIIF / IFRS, 2012).

Las técnicas de valoración vinculadas con el enfoque de mercado incluyen una matriz de fijación de precios. Esta matriz es una técnica matemática utilizada, para valorar algunos tipos de instrumentos financieros, como títulos valores de deuda, sin basarse exclusivamente en los precios

cotizados para los títulos específicos, sino que en su lugar se basan en la relación de los títulos valores con otros cotizados de referencia (NIIF / IFRS, 2012).

(b) Enfoque del Costo

Este enfoque refleja el importe que se requeriría en el momento presente para sustituir la capacidad de servicio de un activo (a menudo conocido como costo de reposición corriente). En algunas ocasiones el método del costo de reposición corriente se utiliza para medir el valor razonable de activos tangibles que se utilizan en combinación con otros activos o con otros activos y pasivos (NIIF / IFRS, 2012).

Desde la perspectiva de participación de un vendedor en el mercado, resulta, el precio a obtener por el activo se dará en el costo, al igual, para un comprador, que adquiera un activo sustituto de utilidad comparable, ajustado por la obsolescencia. Esto se debe, porque el comprador participante de mercado no pagaría más por un activo que el importe por el que podría reemplazar la capacidad de servicio de ese activo. La obsolescencia del activo conlleva deterioro físico, obsolescencia funcional o tecnológica y obsolescencia económica, lo que ocasiona, que sea más amplia que la depreciación a efectos de información financiera o a efectos fiscales (NIIF / IFRS, 2012).

(c) Enfoque del Ingreso

Este enfoque se basa en convertir importes futuros, como flujos de efectivo o ingresos y gastos, en un importe presente único. La aplicación de este enfoque conlleva a la valoración del valor razonable, teniendo en cuenta las perspectivas del mercado presente, con relación a los futuros importes, incluyendo elementos, como: (a) técnicas de valor actual, (b) modelos de fijación de precios de opciones o modelo reticular (fórmula de Black-Scholes-Merton o un modelo binomial), a través de la utilización de técnicas de valor presente, que permiten visualizar el valor temporal e intrínseco de una opción, (c) el método del excedente de ganancias, medible a través de varios periodos (NIIF / IFRS, 2012).

Según (NIIF / IFRS, 2012), en ciertos casos será fundamental la aplicación de una sola técnica de valoración. En otros casos, sería apropiado utilizar técnicas de valoración múltiples. Si se aplican técnicas de valoración múltiples para medir el valor razonable, los resultados a obtenerse, se evaluarán teniendo en cuenta la razonabilidad del rango de valores indicados por esos resultados. De ahí, que una medición del valor razonable es la base dentro de ese rango, siendo el más representativo del valor razonable teniendo en las características y las circunstancias.

Por tanto, las técnicas de valoración, para medir el valor razonable deben ser aplicadas de manera articulada. De existir algún cambio en una técnica de valoración o en su aplicación, debe darse una medición que iguale o sea más representativa del valor razonable (NIIF / IFRS, 2012).

En el Ecuador en el año 2006, se adoptaron las NIIF, mediante resolución de la Superintendencia de Compañías, estableciendo plazos para que las empresas implementen estas normas, siendo de carácter obligatorio.

El 20 de noviembre del 2008, la Superintendencia de Compañías mediante resolución N.º 08.G.DS, para prorrogar la vigencia de las NIIF debido a la crisis financiera global. Estableciendo un cronograma escalonado por grupos de aplicación obligatorio, proceso que fue dividido en tres grupos:

En nuestro país la implementación de las NIIF ha tenido una gran expectativa, a nivel de gerentes de las empresas como por las personas involucradas, ya que existen muchas interrogantes respecto al proceso de implementación de estas normas (Cedeño, Molina, & Zambrano, 2009).

2.3 Normas Internacionales de Contabilidad (NIC)

2.3.1 Antecedentes de las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC)

En la década de los años 70, específicamente en el año 1973 cuando nace el International Accounting Standard Committee (Comité de Normas Internacionales de Contabilidad), el cual fue promovido por firmas auditoras importantes, de países como: Estados Unidos, Canadá, México, Australia,

Japón, entre otros, siendo su misión la emisión de Normas Internacionales de Contabilidad. Su sede queda en Londres.

La Federación Internacional de los Contables (IFAC), en el año 1977, se encargó de organizar las actividades profesionales internacionales de los cuerpos de contabilidad. Posteriormente, en el año 1981, el IASC obtuvo autonomía al fijar estándares internacionales de contabilidad, así como la elaboración de documentos de discusión que publican ediciones internacionales de contabilidad. A diferencia del FASB que respondía únicamente a actividades del país de origen, Estados Unidos, el éxito de las NIC se debe a que estas normas se han podido adaptar a las necesidades o requerimientos de los países donde las utilizan.

2.3.2 Objetivo de las NIC 38

Esta NIC tiene como objetivo: determinar el procedimiento contable de los activos intangibles que no están especificados en otra Norma. Por lo tanto, se requiere, que las empresas reconozcan un intangible, solo si cumple con los criterios establecidos. Además, la Norma también indica cómo mejorar la calidad de la información financiera que presenta la empresa, al igual que su presentación (NIC38 / IFRS, 2012).

2.3.3 Activos intangibles

De manera continua, las empresas utilizan recursos, o a su vez incurren en pasivos, para la adquirir, desarrollar, mantener o mejorar los recursos intangibles Teniendo en cuenta que un activo intangible, es aquel, que cumple con las siguientes características: identificable, controlable y genera beneficios económicos futuros (NIC38 / IFRS, 2012).

El conocimiento científico o tecnológico, el diseño y ejecución de nuevos procesos, licencias, patentes, propiedad intelectual, conocimientos comerciales, marcas, derechos de autor, programas informáticos, y otros, están incluidos en la definición de activos intangibles (NIC38 / IFRS, 2012).

La NIC38 / IFRS, (2012), indica algunas definiciones referentes a los activos intangibles, partiendo del hecho, que con criterios se pueden

identificar los elementos que definen un activo intangible, teniendo en cuenta, que primero el cumplimiento con la definición de activos intangibles; es decir, identificabilidad, control del recurso y beneficios económicos futuros. Cabe señalar que, si no se cumple con todos estos elementos, la empresa no debe considerarlo un activo intangible sino un gasto.

2.3.4 Valorización posterior al reconocimiento inicial

(a) Modelo del costo

La valorización de los activos intangibles, por parte de la empresa, posterior a su reconocimiento inicial, puede hacerlo mediante el modelo del costo, cuyo método parte primeramente desde la contabilización del activo, restándole la amortización acumulada que se haya generado durante el tiempo en la cual se va a valorizar. También, hay que considerar cualquier pérdida que se genere, debido al deterioro del valor de dicho activo intangible

Loachamín, (2013), considera que la pérdida por deterioro de valor se puede originar por muchos factores entre ellos el desprestigio del producto o servicio, incluso de la marca, la disminución de la demanda del bien o servicio, la ubicación de la empresa, el surgimiento de nuevos competidores en el mercado, entre otros.

(b) Modelo de revaluación

El modelo de revaluación, parte del hecho que, un activo intangible debe ser contabilizado por su valor revaluado, después de ser reconocido inicialmente, que es su valor razonable, al momento de la revaluación, menos la amortización acumulada, y el importe acumulado de las pérdidas por deterioro del valor que haya tenido (NIC38 / IFRS, 2012).

Para que una empresa utilice este método, es necesario que haya un reconocimiento inicial de los activos intangibles, es decir, que hayan recibido un costo inicial ya sea por su adquisición o porque se generó internamente. Por otro lado, hay que tener presente que, en la revalorización del activo intangible, se debe considerar la necesidad de restar a dicho activo la

amortización y pérdida por deterioro de valor, para poder determinar el nuevo valor y la referencia que se debe tener es el valor actual del mercado. (Loachamín, 2013).

Según NIC38 / IFRS, (2012), hay que considerar, ciertos elementos que dificultan la revalorización de activos intangibles, como: (i), el reconocimiento de activo intangible por parte de la empresa, (ii) si el activo intangible presenta valores diferentes al costo real. Además, si solo una parte del costo real de un activo intangible se puede reconocer, debido a que el resto del activo no cumple con lo dispuesto en esta Norma para ser considerados intangibles, Por tanto, el método de revalorización podría aplicarse a la totalidad de dicho activo.

2.4 Metodologías para valoración de activos intangibles

En la actualidad, en lo que respecta a la valoración de activos intangibles por parte de las empresas, ha generado una evolución de los aspectos contables, relacionado a la incorporación de estos activos en los estados financieros de las mismas y de manera concreta en la estructura del capital, la determinación del gasto, la revalorización, entre otros temas, presentados por las NIIF y las NIC, respectivamente (Quirama, 2018).

Los procesos de valoración de activos intangibles a través de diferentes metodologías y métodos, realizados por expertos, han ido evolucionando a través del tiempo, como producto de nuevas condiciones y requerimientos por parte de las empresas. Es difícil y nada congruente seguir valorando activos intangibles bajo los mismos parámetros e indicadores de activos tangibles y esto porque los dos presentan características diferentes (Quirama, 2018).

Muchas han sido las metodologías de valoración de activos intangibles, que se han desarrollado a lo largo del tiempo, como aporte a la determinación de un valor razonable, para este tipo de intangibles. A continuación, se presentarán algunas de estas metodologías y se ahondarán en las que han tenido mayor relevancia en la normativa contable NIIF y NIC,

respectivamente, donde se crean estándares internacionales de valoración de todo tipo de activos.

2.4.1 Metodología del costo

La metodología del costo, es un proceso hacia atrás, que permite llevar a valor actual, la inversión realizada en activos intangibles, según lo establecido por las NIC 38, permite identificar los recursos humanos o de capital, utilizados para la generación del activo intangible y a partir de esta información se puede determinar su valor. Con respecto a otras metodologías, esta metodología es fácil de realizar desde que se hace el reconocimiento sobre lo ejecutado para la realización del activo. La principal desventaja del modelo, radica en la capacidad nula de generar perspectiva sobre los ingresos futuros por la explotación del activo intangible, adicional a que no se tiene algún reconocimiento del comportamiento del mercado y así determinar la posibilidad de explotación (Quirama, 2018).

Este método de valoración basado en costos, estima el valor de un activo en base al principio de sustitución, es decir, se consideran la sumatoria de las inversiones, en base a la información histórica del gasto producido para la generación del activo intangible, lo cual origina el no reflejo del valor actual y las perspectivas a futuro, es decir, toma la cantidad y no los elementos que influyen en el activo (Márquez, 2010).

La aplicación de este método, se obtiene, con base a los niveles de inversión realizados, y a la no consideración de perspectivas futuras de la empresa, por lo tanto, no es aplicable a todos los modelos de negocio, ya existen otros factores que determinan el valor del intangible que no quedan incluidos en el costo (Márquez, 2010).

2.4.2 Metodología de mercado o transacciones similares

Esta metodología se enfoca en la realización de comparaciones entre empresas que poseen activos intangibles, y se realizará en función al valor vigente en el mercado, es decir, se realiza un benchmarking, para lo cual se consideran factores como el portafolio, estructura de capital, niveles de

ventas, así como el valor y la tendencia de sus ganancias (Loachamín, 2013).

De acuerdo a lo antes indicado, las metodologías para la valuación financiera de los activos intangibles que está planteada en términos de mercado son comparables, solo cuando no existen entre ellas diferencias relevantes en los elementos que afectan al precio del activo o margen de la operación, o cuando existiendo diferencias, puedan eliminarse efectuando las correcciones necesarias (Quirama, 2018).

2.4.3 Metodología de Ingresos

Es una de la metodología más importante en la valorización de activos intangibles. A continuación, se realiza la descripción de los métodos de ingresos más frecuentes:

2.4.3.1 Método Royalties

A través de este método se identifica la articulación que da entre las perspectivas de compra por parte del vendedor y comprador, con el objetivo de obtener el valor razonable, que satisfaga el proceso transaccional entre los participantes, antes de emitir un compromiso de negociación genera entre las partes: Es importante indicar, que este método es muy utilizado en la valoración de activos intangibles como marcas y patentes (Quirama, 2018).

El Método de royalties, se lo utiliza mucho en la valoración de activos intangibles como marcas y patentes, ya que en transacciones de los antes indicados intangibles, se recurre mucho regalías o royalties, lo cual constituye un porcentaje de participación del propietario de la marca o patente, sobre la venta, que realizo la empresa de la negociación, este proceso debe permitir a la empresa de negociación del activo, obtener rendimientos mínimos, los mismos que deben estar por sobre la tasa de descuento determinada (Rubio & Rodríguez, 2017).

Este método permite la capitalización de las regalías, productos de los riesgos y de la rentabilidad generada por el activo, es decir, examina lo que

el consumidor podría obtener de la intermediación de la venta de un activo intangible, permitiendo un aprovechamiento de la propiedad intelectual (García & Villalba, 2018),

2.4.3.2 Método de descuento de flujo de caja futuros

Según Aznar, Cayo, & López, (2017), el método de actualización de rentas, o flujos de caja, se basa en los ingresos y gastos, producidos del proceso de capitalización de las inversiones. Por lo tanto, se puede indicar que el fundamento de este método es que el valor financiero de un bien, lo cual va hacer igual a la suma de los flujos de caja futuros o valor actual. que se generan para el empresario o dueño del bien, Su cálculo se realiza con la siguiente expresión:

$$VA = \sum_{i=1}^n \frac{FC_i}{(1+r)^i} + \frac{\text{Valor de Reversión}}{(1+r)^{n+1}} \quad (1)$$

Siendo:

VA = Valor actual.

FC_i = Flujos de Caja en el momento i.

i = Período de tiempo en el que se produce el Flujo de Caja.

r = Tipo de actualización elegido.

n = Número de períodos de tiempo desde la tasación hasta el final del período de estimación de los Flujos de Caja esperados.

De acuerdo con Quirama, (2018), este método, de descuentos de flujo de caja, es muy aplicado en la valoración de activos por parte de las empresas, esto se debe a lo fácil que resulta la aplicación del método, teniendo en cuenta los valores históricos de los flujos de caja presentados por la empresa, relacionados con operaciones reales de periodos anteriores; y marca una distancia con la valoración de los activos intangibles que aún no poseen reconocimiento en el mercado y en ocasiones limitados a compararse con algún activo en proceso de venta. El éxito de este método

se centra en la consistencia de la información, para la proyección de los flujos de caja futuros.

2.4.3.3 Método Luthy

Aznar, Cayo, & López, (2017), indican que este método fue propuesto por David H. Luthy en el año 1998, es un método que utiliza el descuento de flujos de caja para cumplir con el objetivo del valor buscado, se lo puede enmarcar en los siguientes pasos: (i) La utilidad promedio se la obtiene de los tres últimos años, (ii) el valor promedio de los activos intangibles se lo obtiene de los balances financieros de la empresa, contabilizados en los tres últimos años, (iii) el porcentaje obtenido de la relación utilidad promedio y valor promedio de los activos intangibles, va a permitir si existe o no un exceso de utilidad, (iv) Para el periodo de tiempo, tres años, se procede al cálculo de la utilidad promedio de los activos tangibles, correspondiente al sector al que pertenece la empresa, (v) a la utilidad calculada en exceso, se procede a restar los impuestos. (vi) al resultado anterior se actualiza el costo medio ponderado del capital, por tanto, este vendría a ser el valor buscado de los intangibles de la empresa.

2.4.3.4 Método de opciones reales

En la actualidad, constituye el método más consecuente con la disponibilidad de información para la valoración de un activo intangible, ya que, recoge la incertidumbre y la posibilidad de tomar decisiones y alternativas en el proceso evolutivo de un activo intangible, teniendo en cuenta, volatilidad, flexibilidad y contingencia en los diferentes momentos (Tejera, 2013).

De acuerdo con Quirama, (2018), en el caso de los activos intangibles, el método basado en opciones reales, si bien este método integra de forma sistemática otros métodos, ya mencionados anteriormente, por ejemplo el de descuento de flujos de caja, incluyendo el aspecto dinámico de las decisiones en un entorno variable, teniendo en cuenta cualitativa y cuantitativamente los riesgos asociados, por su complejidad es poco utilizado; sumándole el escaso tiempo registrado en el mercado, lo que

representa el posible desconocimiento para alguna de las partes en un proceso de negociación y a su vez en la normativa contable y financiera, lo que indica una poca probabilidad de aceptación, por lo menos, hasta que entre en el reconocimiento, tanto compradores como vendedores de una transferencia de intangibles.

Se puede resumir que muchas han sido las metodologías de valoración que se han desarrollado e implementado, para la búsqueda del valor razonable de un activo intangible; valor, en el que tanto oferentes como demandantes del activo, se sientan satisfechos en su etapa de transacción y transferencia; como se indicaba anteriormente, todas las metodologías tienen la posibilidad de ser parte de la determinación del valor, dependiendo del para qué y el para quién de la valoración, adicional y no menos importante, a la información que se logre concebir y que permita la sinergia con un modelo en específico.

2.5 Manual de metodología de valoración de activos intangibles de propiedad intelectual

Según el IEPI, (2014) mediante Resolución No. 095-2014, firmada por el Director Ejecutivo del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual-IEPI, aprueba:

Que, el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual-IEPI ha considerado que es necesario contar con una herramienta de cálculo y valoración de los activos intangibles que entraña la protección de derechos de propiedad intelectual, herramienta que servirá para los usuarios y para la institución misma

Que, con fecha 14 de noviembre de 2013, el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual-IEPI suscribió el contrato No. 077-UGAJ-IEPI-2013 destinado para la contratación de una Consultoría para definición de la Metodología de Valoración de Activos Intangibles de Propiedad Intelectual.

Que, con fecha 7 de marzo de 2014, se suscribió el Acta de entrega recepción final de la consultoría contratada para la definición de la Metodología de Valoración de Activos Intangibles de Propiedad Intelectual,

en la que se obtuvo como producto el Proyecto de Manual de Valoración de Activos Intangibles en Propiedad Intelectual. En ejercicio de sus atribuciones y competencia legales.

Resuelve:

Art. 1.- Aprobar el Manual de Metodología de Valoración de Activos Intangibles de Propiedad Intelectual, el mismo que servirá como una herramienta referencial para servicio de los usuarios internos y externos del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual.

Art. 2.- Disponer la utilización del Manual de Metodología para la Valoración de Activos Intangibles en Propiedad Intelectual, el mismo que se adjunta como Anexo No. 1 a la presente Resolución. Art. 3.- Disponer la publicación de la presente resolución en el Registro Oficial, misma que entrará en vigencia desde la fecha de su publicación. Dado en Quito, Distrito Metropolitano, hoy 18 de julio de 2014. f.) Dr. Andrés Ycaza Mantilla, Director Ejecutivo del IEPI.

VALORACION DE ACTIVOS INTANGIBLES DE PROPIEDAD INTELECTUAL CONTEXTO PARA LA VALORACION DE ACTIVOS INTANGIBLES DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Para determinar la metodología de valoración adecuada se utilizará como marco contextual los parámetros establecidos en la norma ISO 10668:2010. Ante la diversidad de metodologías divergentes de valoración de activos intangibles que han aparecido en los últimos años, esta norma puede considerarse como efectiva por el hecho de que conjuga diferentes aspectos de la valoración de activos intangibles en un solo "paraguas" combinando los elementos conductuales, financieros y legales de los activos intangibles con el objetivo de establecer un resultado preciso a través de un enfoque consistente y confiable.

CONSIDERACIONES PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UNA METODOLOGIA PARA VALORACION DE ACTIVOS INTANGIBLES

En función de lo establecido en la ISO 10688:2010 se definirá(n) la(s) metodologías(s) de valoración de activos intangibles más apropiada(s) para las empresas y MIPYMES ecuatorianas considerando:

1. Enfoques generales con mayores ventajas: selección entre los 3 enfoques (beneficios, costos o de mercado).

2. Métodos específicos con mayores ventajas: selección de los métodos específicos en función del o los enfoque(s) seleccionado(s).

3. Los requerimientos mínimos que debe contemplar una metodología de valoración de activos intangibles.

ANALISIS DE LOS ENFOQUES GENERALES DE VALORACION DE ACTIVOS INTANGIBLES

La norma establece 3 enfoques que se utilizarán para la valoración de activos intangibles:

1 ENFOQUE DE COSTOS

2 ENFOQUE DE MERCADO

3 ENFOQUE DE INGRESOS

La selección del enfoque debe estar relacionada con el propósito de la valoración, la conceptualización del valor y las características del activo intangible a evaluar.

A continuación, a manera de resumen, se describen las opciones, características y aplicabilidad de cada uno de los enfoques:

MATRIZ DE ENFOQUES

Nota: Para leer Tabla, ver Registro Oficial Suplemento 277 de 27 de febrero de 2015, página 6.

C:\Users\amdaste\AppData\Local\ImageVisualizer\imageSearchRes.aspx?tpx=RS&spx=1&nmx=277&fcx=27-02-2015&pgx=6

En general es el enfoque que se considera más apropiado para la valoración de activos intangibles. La principal razón de esta conclusión se da por el hecho de que el enfoque considera el valor del activo intangible fundamentalmente por su capacidad de generar beneficios en el futuro, es decir, su potencial.

METODO GENERAL PARA LA APLICACION DEL ENFOQUE DE INGRESOS

Los pasos a seguir cuando se aplica el enfoque de ingresos son:

1. Estimar los flujos de caja después de impuestos esperados que son atribuibles al activo durante su vida útil remanente.
2. Descontar los flujos de caja después de impuestos a valor presente utilizando una tasa de descuento apropiada.

DETERMINACION DE LOS FLUJOS DE CAJA

La norma ISO identifica varios métodos para determinar los flujos de caja, estos son:

1. prima de precio,
2. prima de volumen 3 Separación de ingresos (Income split),
- 3.. excedentes de beneficios multi-períodos,
4. separación de ingresos (Income Split) 4 Excedentes de beneficios multi-períodos
5. flujos de caja incrementales,
6. ahorro de royalties Posteriormente se analizarán las ventajas y desventajas de los métodos principales del enfoque de ingresos para determinar los métodos más adecuados de valoración de activos intangibles aplicables a las empresas y MIPYMES ecuatorianas

Posteriormente se analizarán las ventajas y desventajas de los métodos principales del enfoque de ingresos para determinar los métodos

más adecuados de valoración de activos intangibles aplicables a las empresas y MIPYMES ecuatorianas.

DETERMINACION DE LAS VARIABLES FINANCIERAS

- Tasa de descuento: la tasa de descuento específica para descontar los flujos de caja atribuibles al activo intangible debería derivarse de la tasa de descuento utilizada para descontar los flujos de caja del negocio como un todo (p.e.: el Costo Promedio Ponderado de Capital - CPPC o WACC por sus siglas en inglés). Esta tasa de descuento específica debe considerar todos los riesgos que no se reflejan en la proyección de los flujos de caja. Como el negocio total es un portafolio de activos y pasivos, la tasa de descuento específica debería reflejar los riesgos específicos del activo intangible.

- Vida útil económica: La vida útil económica de un activo intangible debería considerar la tendencia general de los activos intangibles del mismo sector industrial. - Impuestos: Los flujos de caja deberían ser estimados sobre una base después de impuestos. Se deberán considerar los beneficios fiscales vía depreciación (amortización) del activo intangible.

- Tasa de crecimiento a largo plazo: El período posterior a la proyección de los flujos de caja debería ser valorado utilizando una tasa de crecimiento a largo plazo esperada. Esta tasa de crecimiento se deberá basar en criterios económicos técnicos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON RESPECTO AL USO DE LOS ENFOQUES

Por lo mencionado anteriormente, el enfoque principal para la valoración de activos intangibles a aplicarse será el enfoque de ingresos.

Únicamente para casos excepcionales, en los cuales no se pueda aplicar este enfoque, se aplicarían cualquiera de los otros 2 enfoques siempre y cuando se puedan obtener, de manera confiable, los datos necesarios para su aplicación.

En este sentido, la metodología para la valoración de activos intangibles se derivará de los principales métodos relacionados al enfoque de ingresos.

RAZÓN:

El presente manual, fue aprobado mediante Resolución No. 095-2014-DE-IEPI, del Director Ejecutivo del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI, en Quito, Distrito Metropolitano, a los 18 días del mes de julio de 2014.

Lo certifico.

f.) Abg. Nathalie Rostan, Secretaría General.

(12) Ibid. 30.

2.6 Concepto de activos intangibles

Los activos intangibles, son bienes que posee la empresa, son activos identificables al momento su reconocimiento y que no tienen apariencia física. Se los considera como tales, porque ayudan a que la empresa genere un rendimiento económico a través de ellos (Baque & Yépez, 2019).

Existen autores que consideran que los activos intangibles, son aquellos activos no monetarios y sin apariencia física, que se tienen, para ser utilizados en la producción o suministro de bienes y servicios, que generan probables beneficios económicos futuros para la empresa, los cuales han sido adquiridos o desarrollados internamente con coste identificable, con una vida limitada, que tienen un valor de mercado diferente del de la empresa (Alcalde, 2015).

2.7 Características de activos intangibles

Pueden ser considerados como activos intangibles aquello activos que cumplen con las siguientes características:

Identificabilidad. Una primera característica, para que un activo sea considerado intangible tiene que cumplir con ciertos requisitos, uno de ellos es que sea identificable, se considera un activo identificable, cuando se puede separar de la entidad para su venta, renta, transferencia, entre otros, y si de este surgen derechos contractuales u otros derechos legales.

Control. Una segunda característica que deben cumplir los activos, para que sean considerados intangibles, tiene que ver con el control que ejerce la empresa sobre el bien intangible del cual espera obtener beneficios económicos futuros y se puede restringir dichos beneficios a terceros. Este control debe verse reflejado en derechos de tipo legal, ya sea mediante el registro de una marca, de una patente, entre otras.

Beneficios económicos futuros. Una última característica es la referente a los beneficios económicos futuros, que no solo tiene que ver con el ingreso ordinario, por la utilización del intangible, sino de otros rendimientos productos del uso del bien (Hernández, 2014).

2.8 Tipos y clases de activos Intangibles

El diagrama que se detalla a continuación muestra una de las clasificaciones más reconocidas, relacionada a los activos intangibles:

Como se puede apreciar en la figura 8, esta clasificación contempla dos tipos de existencia, ambas producto de la propia naturaleza del intangible, al marco legal o contrato que compete al respectivo activo. A continuación, se detalla la definición de cada una de ellas.

- Limitada, refiere a que su existencia tiene término, es decir, tiene un plazo de vida.

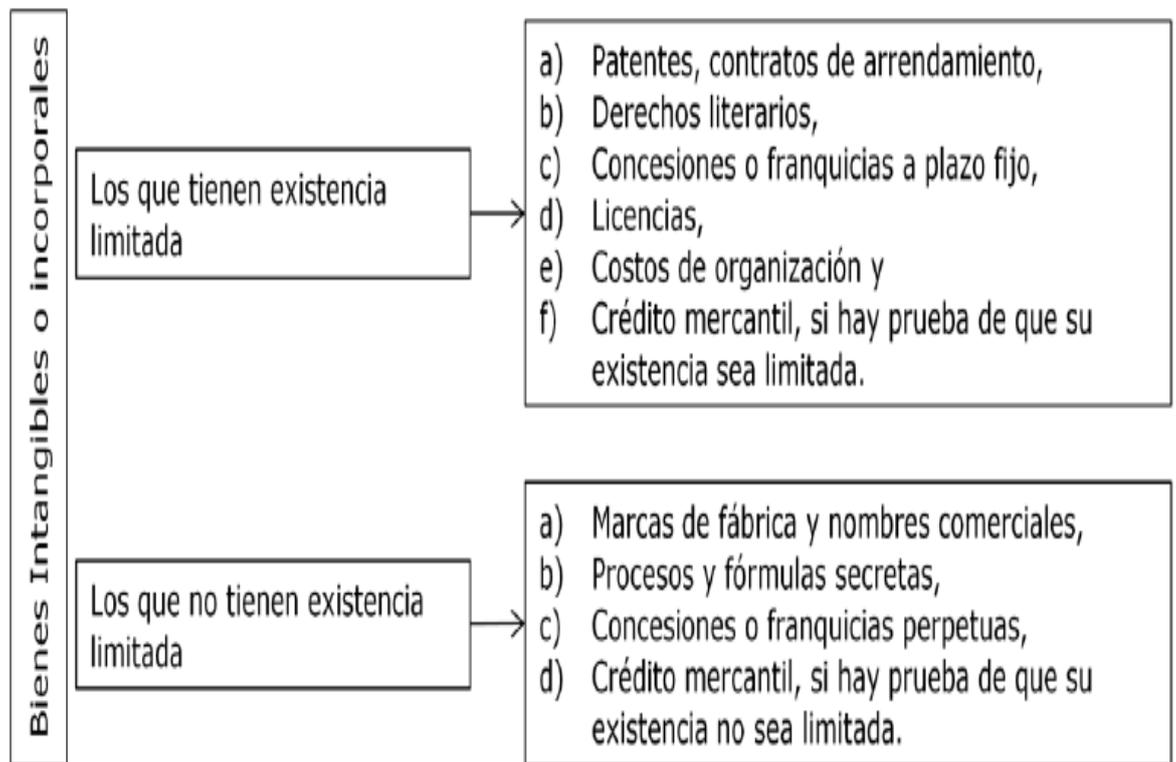
Por ejemplo: en el caso de un proceso que permite conocer los años de vida de una construcción, el Estado le concede al inventor, una patente a plazo fijo, con derechos exclusivos por un limitado periodo de tiempo. Esto le garantiza al que su inventor estará protegido por 20 años, según la normativa ecuatoriana, y será el único en explotarlo.

- Ilimitada, no hay límite temporal para su uso.

Por ejemplo: la marca de Holcim, le ha funcionado desde su creación. No existe una fecha límite para que la empresa deje de gozar de los privilegios que le otorga la misma (Márquez, 2010).

Figura 8

Clasificación para Activos Intangibles según su Existencia



Fuente y Elaboración: Torres, M. *Valuación de activos incorpóreos*, 2001. Citado en: Marqués, A. 2010, *Intangibles, activos que generan valor*.

Ejemplo de contabilización en una empresa del sector de la construcción.

La empresa constructora “El Bosque” adquiere el 1 de julio del año 2019 una marca comercial por el valor de 10.000USD, para 10 años,

adicionalmente se pagó al notario 400USD para el registro de la inversión y por publicidad el valor de 200USD.

Registro contable: adquisición de marca

CONSORCIO "EL BOSQUE" S. A					
LIBRO DIARIO GENERAL					
Fecha	Código	Detalle	Parcial	Debe	Haber
1/07/2019	2.02.10	MARCA COMERCIAL		10.400,00	
		Marca de producto	10.000,00		
		Notario	400,00		

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

Registro contable de marca

CONSORCIO "EL BOSQUE" S. A					
LIBRO DIARIO GENERAL					
Fecha	Código	Detalle	Parcial	Debe	Haber
1/07/2019	1.01.03	BANCOS			10.400,00
		P/R compra de la imagen de una empresa con el fin de incrementar la rentabilidad	10.400,00		

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

Al ser un activo intangible del cual se espera obtener beneficios futuros y además se cuenta con un documento que sustenta la operación se

puede registrar como un activo a largo plazo, amortizable por el tiempo que tiene la empresa para utilizarlo.

Registro contable: amortización de marca

CONSORCIO "EL BOSQUE" S. A					
LIBRO DIARIO GENERAL					
Fecha	Código	Detalle	Parcial	Debe	Haber
31/12/2019	4.01.02	AMORTIZACIÓN MARCA		520,00	
		Gasto proporcional	520,00		
		AMORTIZACIÓN ACUMULADA DE LA MARCA			520,00
		P/R el gasto proporcional de la marca al culminar el primer año			

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

En este asiento contable se utiliza el valor de 520,00USD debido a que se dividen los 10.400,00USD, para los 10 años que tiene derecho la empresa a utilizar la marca y a su vez dividirlo para dos, ya que fue a medio año lo que se a utilizado en el primer año. Desde diciembre del siguiente año el valor de amortización será de 1.040,00USD

Registro contable: amortización de marca, segundo año

CONSORCIO "EL BOSQUE" S. A					
LIBRO DIARIO GENERAL					
Fecha	Código	Detalle	Parcial	Debe	Haber
31/12/2019	4.01.02	AMORTIZACIÓN MARCA		1.040,00	
		Gasto proporcional	520,00		
		AMORTIZACIÓN ACUMULADA DE LA MARCA			1.040,00
		P/R el gasto proporcional de la marca al culminar el segundo año			

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

El reconocimiento, medición y registro contable de un activo intangible se lo debe efectuar de forma oportuna y veraz, para presentar información que facilite la toma de decisiones.

Con la información que se dispone, se va a aplicar el método de descuento de flujo de caja futuros, para lo cual se aplicará la fórmula que se detalla a continuación.

$$VA = \sum_{i=1}^n \frac{FC_i}{(1+r)^i} + \frac{\text{Valor de Reversión}}{(1+r)^{n+1}} \quad (1)$$

Siendo:

VA = Valor actual.

FC_i = Flujos de Caja en el momento i.

i = Período de tiempo en el que se produce el Flujo de Caja.

r = Tipo de actualización elegido.

n = Número de períodos de tiempo desde la tasación hasta el final del período de estimación de los Flujos de Caja esperados.

$$VA = 11.960,00 / (1+0.12)^2 + 11.960 / (1+ 0.12)^3$$

$$VA = 11.960 / 1,2544 + 11960 / 1,4049$$

$$VA = 9.534,43 + 8,513,06$$

$$VA = 18.047,49 \text{ USD}$$

De esta manera, el valor de este activo intangible, se calcula a partir de los beneficios económicos futuros a obtenerse. Por tanto, se trata de identificar y cuantificar en términos de valor actual, las ganancias futuras a obtenerse, correspondiente a este activo en particular.

El valor actual correspondiente a este ejemplo, que es de \$18.047,49 USD, de una marca, del Consorcio “El Bosque”, ha sido determinado mediante la aplicación del flujo de caja, relacionado con los futuros ingresos del activo intangible, considerando la tasa de descuento del (12%), el crecimiento anual o Tasa Interna de Retorno (TIR) del 15%, con la finalidad de determinar sí el activo es capaz de generar valor a la empresa, lo cual va a permitir tomar decisiones con respecto al activo.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.1 Método de investigación

En esta investigación se utilizó el método científico, que es el procedimiento o instrumento de la ciencia que permite manejar, de forma estructurada y ordenada se lleve a efecto el objeto de estudio, conociendo las directrices de la investigación, así como las herramientas y técnicas a utilizarse, para dar solución al problema bajo la pregunta ¿cómo determinar una metodología adecuada para la valoración de activos intangibles en una empresa del sector de la construcción?, con lo cual se pretende desarrollar una metodología, que permita dar alternativas considerables para el sector de la construcción (Ruíz, 2007)

Cabe indicar, que este método ha permitido revisar de manera teórica las diferentes metodologías y métodos, referentes a la valoración de activos intangibles, así como las respectivas técnicas y herramientas utilizadas.

3.2 Enfoque de la investigación

Enfoque cuantitativo. - Esta investigación se realizó utilizando el enfoque cuantitativo, a través de este enfoque se visualizan los resultados obtenidos de la aplicación de las técnicas e instrumentos, para la recolección de datos, análisis de las estadísticas e interpretación de los resultados (Hernández, Fernández , & Baptista, 2014)

Los resultados obtenidos mediante el enfoque cuantitativo se analizan considerando el problema planteado, cuyo objetivo es; determinar una metodología adecuada para la valoración de activos intangibles en una empresa del sector de la construcción, siguiendo los lineamientos del Project Management Institute (PMI), de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), de las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC). así como las diferentes metodologías referentes a la valoración de activos intangibles y otros aportes relacionados al tema.

3.3 Tipo de investigación

Investigación aplicada. - la presente investigación se realizó mediante una investigación aplicada, porque se busca confrontar la teoría con la realidad, permitiendo articular las diferentes teorías existentes y relacionadas con el objeto de estudio, para construir una base teórica que permita la generación de una propuesta metodológica de valorización de activos intangibles en una empresa del sector de la construcción (Baher, 2008).

3.4 Tipo de estudio

Descriptivo.- Es de tipo descriptivo porque su propósito fue elaborar una metodología que permita valorar los activos intangibles en una empresa del sector de la construcción, mediante la especificación de propiedades y características importantes que permiten la caracterización del objeto de estudio, a través de técnicas y herramientas de estudio que faciliten información pertinente, oportuna y veraz, de cualquier fenómeno que se analice; así como determinar la metodología de valorización de activos intangibles para una empresa del sector de la construcción (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Investigación de campo. - Mediante este tipo de estudio se pudo obtener información a través de entrevistas a expertos en valorización de activos intangibles, y de encuestas aplicadas a representantes legales de empresas del sector de la construcción, de manera específica, vinculados a la valoración del activo intangible “marcas”.

3.5 Técnicas e instrumentos

Para cumplir con el objetivo general de la investigación, por tanto, con los objetivos específicos, se diseñó una guía para la entrevista a expertos sobre valoración de activos intangibles, así como, una encuesta, para recolectar la información a los representantes legales de las empresas que valoran dentro de su estado financiero el activo intangible “marca”.

Entrevista. - Es una técnica verbal, de recopilación de información, sobre algún tema de interés, para lo cual el entrevistador debe ser una persona capacitada y con experiencia en aplicar dicha técnica, en este caso la entrevista fue realizada a 2 expertos sobre la validación de activos intangibles en empresas del sector de la construcción.

Encuesta. – Es una técnica o un instrumento de investigación, de tipo cuantitativo, permite realizar análisis de información facilitada por encuestados, los cuales, en este caso son los representantes legales de las empresas del sector de la construcción, así como, tabular los resultados obtenidos, analizarlos, y posteriormente elaborar la metodología de valoración de activos intangibles en una empresa del sector de construcción, de acuerdo al criterio de los encuestados. Esta técnica fue aplicada a 16 representantes de empresas del sector de la construcción que valorizan el activo intangible “marca”. El diseño de la metodología antes indicada se encuentra en el capítulo IV del presente documento.

3.6 Población y muestra

3.6.1 Población

Para la presente investigación, la población identificada es de 16 empresas ecuatorianas que pertenecen al sector de la construcción, las cuales se registraron en la Superintendencia de Compañías, en el año 2020, y en sus estados financieros registran como activos intangibles las marcas. Cabe indicar que en este caso es una población finita y de tamaño pequeño.

3.6.2 Muestra

Para la determinación de la muestra se consideró el mismo valor de la población debido a su tamaño, la cual es finita y de tamaño pequeño, conociéndose con certeza su composición. Por tanto, la muestra es de 16 empresas vinculadas al sector de la construcción, que, en sus estados financieros, registran a la marca como activo intangible, en el ejercicio contable respectivo. Además, se realizaron 2 entrevistas a expertos sobre validación de activos intangibles.

3.7 Resultados

A partir de la información obtenida se describe a continuación las entrevistas a expertos en valoración de activos intangibles y resultados de encuestas aplicadas a los representantes legales de las empresas del sector de la construcción, que han considerado dentro de sus estados financieros, el registro contable sobre las marcas, como insumo a la elaboración de una metodología para la valoración de activos intangibles en una empresa del sector de la construcción.

3.7.1 Análisis de entrevistas a expertos

Entrevista dirigida al experto en valorización de activos intangibles. Señor Miguel Torres Pinto, Contador Público Autorizado, con aproximadamente 25 años de experiencia en el tema a tratar. Vinculado al sector empresarial privado.

Actualmente Los activos intangibles son creadores de valor empresarial y de ventaja competitiva, en la actualidad las empresas se mueven a través de la gestión del conocimiento y de la innovación, lo cual hace cada vez más rentable a la empresa, a través de la generación de riqueza.

De ahí que es de suma importancia poder valorar los activos intangibles, los cuales en ciertos momentos llegan hacer los más importantes de una empresa, por tanto, quien valore un intangible debe conocer la naturaleza u origen de ese intangible, solo así, podrá hacer una eficiente y eficaz valorización del bien o servicio intangible.

Respecto a la valoración de los activos intangibles, no existe una metodología que permita un adecuado proceso de valorización, lo que existe son normas o procedimientos, para los procesos contables y financieros, ajustados a las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), y a las NIIF.

Desde mi experiencia, la valoración de activos intangibles, no se la hace a través de un solo método, es decir, no existe un solo método para

llevar la valoración del activo intangible, muchas ocasiones hay que hacer combinaciones o mix de métodos, para obtener eficientes resultados.

Entrevista dirigida al experto en valorización de activos intangibles. Señor Adrián Valencia Medrano, Ingeniero Comercial, con aproximadamente 20 años de experiencia en el tema a tratar. Vinculado a la docencia universitaria.

Los procesos contables han ido mejorándose de manera continua, principalmente en el siglo XX donde tomo auge la valorización de los activos intangibles en la contabilidad de las empresas, y por tanto, en los estados financieros, a través de las NIC y las NIIF

En nuestro país existe poco conocimiento, para la aplicabilidad de las normas y procedimientos antes señalados, ya que no existe una metodología determinada, para la valorización de los activos intangibles, las empresas la hacen de acuerdo a lo indicado en las NIC y las NIIF, la poca experiencia de la aplicabilidad de estas normas y procedimientos, muchas veces generan confusión y se deja de lado la valorización de algunos intangibles.

Es importante conocer la naturaleza del activo intangible, y así poder hacer su respectiva valorización, teniendo presente que estos activos generan rentabilidad empresarial sostenida. Además, son recursos sin existencia física, que crean expectativas respecto a los beneficios económicos a obtenerse.

Los activos intangibles, para que sean considerados como tales, deben ser identificable, controlados y generar beneficios a futuro, caso contrario no se los consideraría como activos, sino como un gasto de la empresa.

Resumen de entrevistas a expertos en valoración de activos intangibles

De acuerdo con los criterios de los expertos consultados, la valoración de los activos intangibles, es de mucha importancia para las empresas ya que generan rentabilidad sostenida y ventaja competitiva.

La no existencia de una metodología, y solo la existencia de normas y procedimientos, para la valoración de los intangibles, genera confusión en la aplicabilidad de las mismas, dando lugar que en algunas ocasiones no se contabilizan algunos de ellos, pasando a constituirse en un gasto, para la empresa.

3.7.2 Análisis de encuestas

Tabla 1

¿Qué es para Usted un Activo Intangible?

Alternativa	#	%
Genera valor	7	44
Bien o servicio no físico	6	38
No medible	1	6
No contesta	2	12
TOTAL	16	100

Fuente: Encuesta a Representantes de Empresas del Sector de la Construcción, febrero 2021
Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

En la tabla 1, se puede apreciar que el mayor % (44%) de los encuestados consideran que un activo intangible es aquel que generara valor o riqueza para la empresa, mientras que el 38% establece que es un bien o un servicio no físico, es decir, no tangible.

Tabla 2

¿Cómo considera usted la identificación de un Activo Intangible en las Empresas?

Alternativa	#	%
Registros contables	8	50
Control de adquisiciones	6	38
No contesta	2	12
TOTAL	16	100

Fuente: Encuesta a Representantes de Empresas del Sector de la Construcción, febrero 2021
Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

En la tabla 2, se puede apreciar que el 63% de los encuestados consideran que identificar un activo intangible es difícil, probablemente por el limitado conocimiento sobre los procesos contables y la aplicabilidad de las normas respectivas, el 25% considera que es fácil la identificación, debido a la aplicabilidad de las NIIf y las NIC en el proceso, el 12% restante, no contesta.

Tabla 3

¿Cómo podría Usted detectar un Activo Intangible en las Empresas?

Alternativa	#	%
Registros contables	8	50
Control de adquisiciones	6	38
No contesta	2	12
TOTAL	16	100

Fuente: Encuesta a Representantes de Empresas del Sector de la Construcción, febrero 2021

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

La información de la tabla 3, nos indica que el 50% de los encuestados manifestaron que se puede detectar un activo intangible, a través de los registros contables, el 38% en cambio manifiesta que se puede detectar a través del control de las adquisiciones del bien o servicio, el 12% no contesta.

Tabla 4

¿La Valoración del Activo Intangible “Marcas” que genera?

Alternativa	#	%
Ganancias	9	57
Ventajas competitivas	4	25
Gestión estratégica	1	6
No contesta	2	12
TOTAL	16	100

Fuente: Encuesta a Representantes de Empresas del Sector de la Construcción, febrero 2021

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

En la tabla 4, se observa que el 57% de los encuestados consideran que la valorización del activo intangible “marcas” genera ganancias, o una rentabilidad empresarial sostenible, de allí la importancia de valor a este tipo de activos, el 25% considera que la valorización de los intangibles genera ventajas competitivas en el sector de la construcción, mientras que el 6% estima que la valorización de este tipo de activos, da lugar a la generación de una gestión estratégica, probablemente, para ir posicionándose en el mercado.

Tabla 5

¿Conoce Usted los Requisitos Contables que se Requieren para que una “Marca” sea Reconocida como un Activo Intangible de la Empresa?

Alternativa	#	%
Sí	13	82
No	1	6
No contesta	2	12
TOTAL	16	100

Fuente: Encuesta a Representantes de Empresas del Sector de la Construcción, febrero 2021

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

La información de la tabla 5, permite apreciar que el 82% de los encuestados, conocen de los requisitos contables para que una “marca” sea reconocida como activo intangible de la empresa.

Los criterios emitidos por los encuestados, son los indicadores más factibles, para ser utilizados en las empresas del sector de la construcción, al cual ellos pertenecen. En términos generales tienen conocimiento de lo indicado en la NIC 38, y en las NIIF 3 y NIIF 13, respectivamente, donde se aborda las normas y procedimientos a considerarse en la valoración de activos intangibles, así como de otras directrices que se encuentran señaladas por la Superintendencia de Compañías de Ecuador, referente a los activos intangibles, y de manera particular las “Marcas”.

Cabe indicar, que el 6% de los entrevistados, respondieron no conocer de los requisitos contables para que una “Marca” sea reconocida como activo intangible de la empresa, ya que ese tema se lo derivan a los técnicos encargados de la contabilidad y de la parte financiera, bajo el marco de que existe voluntad política empresarial, para obtener mayores ganancias o rentabilidad sostenida.

Tabla 6

¿Qué Método utiliza su Empresa para la Valorización del Activo Intangible “Marcas”?

Alternativa	#	%
Método de costos	1	6
Método de mercado	3	19
Método de flujo de caja	2	12
Método royalties	8	51
No contesta	2	12
TOTAL	16	100

Fuente: Encuesta a Representantes de Empresas del Sector de la Construcción, febrero 2021

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

Respecto a la tabla 6, se puede observar que el 51% de los encuestados respondieron que en sus empresas se aplica el método de royalties, para la valoración de activos intangibles, ya que es un método de fácil aplicabilidad, el 19% aplican el método de mercado, teniendo en cuenta el precio de venta factible del activo intangible, en el mercado de la construcción, el 12% aplica el método de flujo de caja, relacionado al valor presente, incorporada la amortización, y un 6% utiliza el método de costos, es decir, el valor al cual fue adquirido el activo intangible “Marcas”.

Tabla 7

¿Con qué Periodicidad su Empresa Valora el Activo Intangible “Marcas”?

Alternativa	#	%
6 meses	2	12
1 año	12	76
No contesta	2	12
TOTAL	16	100

Fuente: Encuesta a Representantes de Empresas del Sector de la Construcción, febrero 2021

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

En la tabla 7, se observa la respuesta de los encuestados, respecto a la periodicidad de valorar el activo intangible “Marcas”, el 76% responde que lo realizan cada año de acuerdo a lo establecido por la Superintendencia de Compañías de Ecuador, a la entrega de los informes financieros; el 12% lo hace cada 6 meses, como resultados de los continuos procesos de seguimiento y monitoreo de las “Marcas”.

Tabla 8

¿La Valoración adecuada y oportuna del Activo Intangible “Marcas” incide en los Estados Financieros?

Alternativa	#	%
Sí	13	82
No	1	6
No contesta	2	12
TOTAL	16	100

Fuente: Encuesta a Representantes de Empresas del Sector de la Construcción, febrero 2021

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

En la tabla 8, se muestran los resultados de los encuestados, respecto a la valoración adecuada y oportuna del activo intangible “Marcas” y su incidencia en los estados financieros, el 82% responde que sí inciden en los estados financiero, ya que estos son una carta de presentación de la empresa, principalmente cuando se quiere optar por más recursos

financieros y se tenga que hacer una prueba acida, la caída de la “Marca” incide mucho en el riesgo financiero.

El 6% de los encuestados consideran que la valoración adecuada y oportuna del activo intangible “Marcas” no inciden en los estados financieros, ya que las empresas tienen otros activos que pueden servir de referencia o garantía financiera, para el objeto respectivo.

Tabla 9

¿La Valoración del Activo Intangible “Marcas” afecta a la Rentabilidad de la Empresa?

Alternativa	#	%
Sí	13	82
No	1	6
No contesta	2	12
TOTAL	16	100

Fuente: Encuesta a Representantes de Empresas del Sector de la Construcción, febrero 2021

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

Los resultados descritos en la tabla 9, nos indican que el 82% de los encuestados consideran que, si afectan a la rentabilidad de la empresa, principalmente en cuanto a la percepción de los clientes, si mi marca no está posesionada, o es poco conocida en el mercado de la construcción, entonces voy a observar que mis ventas van a bajar y por tanto, voy a vender menos, la rentabilidad de la empresa va a disminuir.

El 6% de los encuestados consideran que no afecta la valoración del activo intangible “Marcas” afecta a la Rentabilidad de la Empresa?, porque no es el único activo.

Tabla 10

¿Le Gustaría contar con una Metodología que Resuma lo Normado e Incorpore Nuevos Elementos, para la Valorización de Activos Intangibles “Marcas”

Alternativa	#	%
Sí	14	88
No contesta	2	12
TOTAL	16	100

Fuente: Encuesta a Representantes de Empresas del Sector de la Construcción, febrero 2021

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

El 88% de los encuestados, consideran que les gustaría contar con una metodología que resuma lo normado e incorpore nuevos elementos, para la valorización de activos intangibles “Marcas”, de esta manera podrían evitarse confusiones al momento de valorar este activo intangible y no caer en errores que afecten a su rentabilidad.

Resumen de encuestas aplicadas a representantes de empresas que valorizan el activo intangible “Marcas”.

De la aplicabilidad de 16 encuestas, solo respondieron 14, a los representantes de empresas que valorizan el activo intangible “Marcas”, el mayor porcentaje está consciente que este activo genera rentabilidad o ganancias a la empresa. Además, conocen los requisitos contables para que una “Marca” sea reconocida como un activo intangible de la empresa, de igual manera, el método royalties, es el más utilizado dentro de este sector de la economía nacional.

Cabe indicar, que el 76% de los encuestados valorizan sus “Marcas” en el periodo establecido por el órgano rector de las compañías, es decir, un año. Así también, la no valoración adecuada de este activo intangible va afectar a los estados financieros, y por ende, a la rentabilidad de la empresa.

Es necesario y oportuno contar con una metodología que valore los activos intangibles, como “Marcas” en las empresas del sector de la construcción.

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA PROPUESTA PARA LA VALORACIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES EN UNA EMPRESA DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

En el presente capítulo se desarrolló el segundo objetivo específico de este trabajo de titulación, que consistió en la aplicación de metodología apropiada para la valorización de activos intangibles a un proyecto en el sector de la construcción.

CASO: CONSORCIO “EL BOSQUE”

Una vez realizada la revisión bibliográfica respecto a la valorización de activos intangibles en las empresas del sector de la construcción, así como, los criterios de expertos en valoración de activos intangibles, las encuestas aplicadas a los representantes de empresas del antes indicado sector, que valorizan el activo intangible “Marcas”, es de mucha importancia para el autor de este trabajo de titulación, proponer una metodología apropiada al objeto de estudio.

Con la presente valoración de un activo intangible “Marcas” se pretende tener una idea del valor del activo, a partir de la información bibliográfica revisada. En este sentido se hace una relación de las diferentes metodologías apropiadas para la elaboración del intangible “Marcas”, con las técnicas aplicadas en este estudio, para posteriormente enlazarlos a los aspectos financieros del activo intangible. Por último, se hace un análisis de los posibles escenarios de negociación del activo.

Datos generales del Consorcio “El Bosque”

El Consorcio “El Bosque” está localizada en el Cantón Durán, Provincia del Guayas, empresa con más de 10 años de experiencia en el sector de la construcción, es una empresa que brinda a sus clientes la confianza de que su inversión, es respaldada por el recurso técnico y humano de mejor calidad.

Este consorcio se dedica a la ejecución de proyectos arquitectónicos y urbanísticos, relacionados con la ingeniería civil, arquitectura, equipo camionero, materiales, a lo largo de su existencia, esta empresa ha ido incrementando su capital y portafolio de servicios, es decir, ampliando su capacidad de emprendimientos.

Consortio “El Bosque” ha ejecutado importantes obras, para entidades del sector público, principalmente los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD), lo cual le ha permitido ir adquiriendo una significativa experiencia a lo largo de estos años, en los rubros de construcción de calles, avenidas, carreteras, puentes, así como la construcción de complejos habitacionales, para el sector privado, según la información documentada de la empresa.

El escenario principal para el aprovechamiento del activo intangible “Marcas” se centra en el producto de las ventas detalladas en su portafolio de servicios que realiza la empresa.

Definición del activo intangible “Marcas”

Según la Ley de Propiedad Intelectual, modificada el 10 de febrero del 2014, en su art.- 194, indica. que una marca es cualquier señal que sirve para caracterizar un producto o servicio en un determinado mercado (Asamblea Nacional del Ecuador, 2014)

Cabe indicar, que una marca, está compuesta por determinadas características físicas, funcionales y emocionales

Al momento se han dedicado alrededor de 5 años, para la posesión de la marca del Consorcio en estudio, actualmente la información del activo intangible “Marcas” en el Consorcio “Bosque”, estratégicamente este activo se lo mantiene bajo reserva, dado las potencialidades estratégicas de comercialización del mismo, de tal manera que no afecte a la comercialización de dicho activo. Esta protección al activo intangible “Marcas” se debe a las características del activo y su comercialización.

Factor de desarrollo del activo intangible “Marcas”

Se han considerado criterios de desarrollo desde su idea original, implementación, y comercialización del activo intangible, para lo cual se realizó una entrevista con el contador del consorcio, donde se abordaron lineamientos referentes al desarrollo y posible venta de este activo intangible, información de importancia, para la consecución del objetivo propuesto.

Cabe señalar que el nivel de desarrollo de este activo intangible es muy alto, con perspectivas de avance a alcanzar el nivel óptimo, y así tener un activo intangible con suficiente información capaz de ser vendido solo con la validación del mismo.

Estudio de mercado

Respecto a este tema, se han realizados análisis, basado en cuentas a clientes y potenciales clientes, comparando la información obtenida con competidores del sector de la construcción, con la finalidad de poder tener una idea clara del precio de la marca en el mercado y posible precio de venta.

Lo antes indicado, en el marco que este consorcio tiene como clientes al sector público como al sector privado, se cuenta con información disponible, referente al tamaño y aporte al Producto Interno Bruto (PIB) del país, del sector de la construcción, teniendo en cuenta el valor de sus ventas, participación de mercado de las “Marcas”, competidores y potenciales competidores, crecimiento del sector de la construcción en los últimos cinco años, y por último la variación anual de mercado de cada marca.

En este contexto, se cuenta con información que permite realizar un estimado de ingresos y por tanto, poder validar el valor esperado en la posible venta del activo intangible “Marcas”.

Valoración del activo intangible “Marcas”

En el Consorcio “El Bosque”, posterior al reconocimiento inicial, del activo intangible adquirido, y cumpliendo con lo establecido en la NIC 38, se procede con la contabilización del mismo a su costo, restándole la amortización acumulada y cualquier pérdida por deterioro que haya ocurrido.

En este ejemplo, el Consorcio adquirió una marca, hace 2 años, para posicionamiento en el mercado, la empresa que corresponde al sector de la construcción, al finalizar el segundo año el Consorcio, quiere valorizar su activo intangible, el costo inicial del intangible “Marca” fue de \$51.000,00USD, adicionalmente se pagó al notario 400USD para el registro de la inversión y por publicidad el valor de 200USD. La valoración de este activo, se lo realizará a través de; (i) método de costo, (ii) método de flujo de caja.

La marca adquirida por el Consorcio “El Bosque” se la reconoce como un activo intangible dentro de los estados financieros, esta marca, cumple con las características que debe poseer un intangible, para ser reconocido como tal, es decir, identificable, control o registro, y obtención de beneficios futuros, ya que es una empresa bien posesionada dentro del Cantón Durán.

A continuación, se presentan los respectivos registros contables, que sirven de soporte para poder realizar la valoración del presente valor intangible:

Registro contable: adquisición de marca

CONSORCIO "EL BOSQUE" S. A					
LIBRO DIARIO GENERAL					
Fecha	Código	Detalle	Parcial	Debe	Haber
01/01/2019	2.02.10	MARCA COMERCIAL		51.400,00	
		Marca de producto	51.000,00		
		Notario	400,00		

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

Registro contable: registro de marca

CONSORCIO "EL BOSQUE" S. A					
LIBRO DIARIO GENERAL					
Fecha	Código	Detalle	Parcial	Debe	Haber
01/01/2019	1.01.03	BANCOS			51.400,00
		P/R compra de la imagen de una empresa con el fin de incrementar la rentabilidad	51.400,00		

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

Registro contable: amortización de la marca (1er. Año)

CONSORCIO "EL BOSQUE" S. A					
LIBRO DIARIO GENERAL					
Fecha	Código	Detalle	Parcial	Debe	Haber
31/12/2019	4.01.02	AMORTIZACIÓN MARCA AMORTIZACIÓN ACUMULADA DE LA MARCA P/R el gasto de la marca al culminar el primer año		5.100.00	5.100,00

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

Registro contable: amortización de la marca (2do. Año)

CONSORCIO "EL BOSQUE" S. A					
LIBRO DIARIO GENERAL					
Fecha	Código	Detalle	Parcial	Debe	Haber
31/12/201	4.01.02	AMORTIZACIÓN MARCA AMORTIZACIÓN ACUMULADA DE LA MARCA P/R el gasto de la marca al culminar el segundo año		5.100.00	5.100,00

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

Registro contable por amortización acumulada y deterioro de valor

CONSORCIO "EL BOSQUE" S. A					
LIBRO DIARIO GENERAL					
Fecha	Código	Detalle	Parcial	Debe	Haber
31/12/201	4.01.03	AMORTIZACIÓN MARCA		10.200.00	
		AMORTIZACIÓN ACUMULADA DE LA MARCA			10.200,00
		PERDIDAS DE ACTIVOS INTANGIBLES		3.060,00	
		ACUMULADO PERDIDAS DE ACTIVOS INTANGIBLES			3.060,00

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

En resumen, el valor obtenido a través de este método, se tomó en cuenta el tipo de marca, ciclo de vida de la misma, años de amortización, y por deterioro de valor del activo, para finalmente llegar a calcular el valor de este activo intangible.

Valoración a través del método de costo

El costo inicial del intangible "Marca" fue de \$51.000,00USD, pago a notario 400USD para el registro de la inversión y por publicidad el valor de 200USD, la amortización se la realiza a 5 años con el 10%, y la pérdida por deterioro de valor es del 2% anual, del costo inicial por los restantes 3 años.

Método de Costo = Costo inicial - Amortización acumulada y las pérdidas por deterioro del valor acumulado.

Con la aplicación de este método, el Consorcio “El Bosque” se proyecta un nivel de ingresos estimados, producto de las operaciones que realiza la empresa en un período de tiempo determinado; es decir, el valor de los intangibles se calcula a partir de los beneficios futuros a obtenerse. Por tanto, se trata de identificar y cuantificar la rentabilidad a obtenerse en términos de valor presente, por parte del consorcio,

Aplicando la fórmula respectiva, se tiene:

Método de Costo = Costo inicial - Amortización acumulada y las pérdidas por deterioro del valor acumulado

Método de costo = 51.400 - 13.260,00 = **\$38.149 USD** valor actual del activo intangible

Tabla 11

Activo Intangible “Marcas” Valorado por Método de Costo

Variables	Valor
Costo Inicial	\$51.400,00
(-) Amortización acumulada 2	\$10.200,00
(-) Pérdida por deterioro de valor 3 años	\$3.060,00
Valor actual de activo intangible	\$38.140,00

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

En la tabla 11, se muestra la información referente a la valoración de un activo intangible “Marcas” a través del método de costo, lo cual indica la eficiencia de la inversión por parte del Consorcio “El Bosque”, teniendo en cuenta los diferentes servicios que brinda a sus clientes, detallados en su respectivo portafolio, logrando potencializar su inversión.

En resumen, el valor obtenido a través de este método, se tomó en cuenta el tipo de marca, ciclo de vida de la misma, años de amortización, y por deterioro de valor del activo, para finalmente llegar a calcular el valor de este activo intangible.

Tabla 12

Principales Variables Macroeconómicas para Valoración del Activo Intangible “Marcas” a través del Método de Flujo de Caja

Variables macroeconómicas	Valor
Inversión inicial del activo intangible “Marcas”	\$51.400,00
Tasa de descuento	12%
Incremento anual	15%

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

La información de la tabla 12, hace referencia a las principales variables macroeconómicas para valoración del activo intangible “Marcas” a través del método de flujo de caja, partiendo de la inversión inicial de \$51.400,00, incremento lineal de costos de operación del 5%, un 15% de incremento de ventas, y una tasa de descuento del 12% teniendo en cuenta el mercado de la construcción.

Tabla 13

Activo Intangible “Marcas” Valorado por Método de Flujo de Caja (Miles de dólares)

Flujo de Ingresos	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Ventas proyectadas	1'323.797,90	1'532.957,50	1'775.164,78	2'556.408,20	2'804.320,70
Gasto de recurso humano	243.136,50	256.529,34	269.355,80	282.835,90	296.964,77
Otros gastos de operación	95.722,29	99.825,84	104.817,13	110.057,99	115.560,88

Elaboración: Sebastián Alcívar Izurieta

La tabla 13, muestra algunos elementos o indicadores, para la aplicabilidad del método de flujo de caja, Es importante indicar, que la información antes señalada, obedece a la aprobación y aceptación, por parte de los directivos del consorcio, la misma que se detalla en los respectivos estados financieros del consorcio, para su aplicabilidad, desde la perspectiva de generar valor para la empresa.

Con la información que se dispone, se va a aplicar el método de descuento de flujo de caja futuros, para lo cual se aplicará la fórmula que se detalla a continuación

$$VA = \sum_{i=1}^n \frac{FC_i}{(1+r)^i} + \frac{\text{Valor de Reversión}}{(1+r)^{n+1}} \quad (1)$$

Siendo:

VA = Valor actual.

FC_i = Flujos de Caja en el momento i.

i = Período de tiempo en el que se produce el Flujo de Caja.

r = Tipo de actualización elegido.

n = Número de períodos de tiempo desde la tasación hasta el final del período de estimación de los Flujos de Caja esperados.

:

Flujo de caja en el año 2020, correspondiente a este activo intangible:

Flujo de caja en el momento i = Valor del activo intangible – la Amortización y pérdidas por deterioro de valor del intangible

Flujo de caja al momento = 51.400,00 – 13.260,00 = 38.140,00 USD

VA = 38.140,00 / (1+0.12)² + 38.140,00 / (1+ 0.12)³

VA = 38.140,00 / 1,2544 + 38.140,00 / 1,4049

VA = 30.404.98 + 27.147.84

VA = \$57.552,82 USD

Los resultados del valor presente, a través de este método de valoración, que para este ejemplo es de \$57.552,82 USD, recogen la premisa, de que es un valor estimado que puede generar a futuro este intangible, para el consorcio,

Los métodos aplicados para la valoración del activo intangible “Marcas” del Consorcio “El Bosque” han arrojado un valor mínimo de \$38.140,00 USD y un valor máximo de \$57.552,82 USD, de acuerdo a la aplicabilidad de los respectivos métodos de evaluación:

1. Valor por el método de costos	\$38.140,90 USD
2. Valor por método flujo de caja	\$ 57.552,82USD

En resumen, una vez definido el valor del activo intangible, para una posible venta, el Gerente del Consorcio debe establecer una estrategia comercial, que permita tomar la decisión más acertada para la empresa.

Los valores calculados mantienen cierta proximidad y una razonable validez, sería de gran utilidad poder aplicar una media ponderada, para poder tener un promedio efectivo de la comercialización y ventas del activo intangible “Marcas”.

La presente metodología ha permitido valorar un activo intangible, teniendo como base la información contable, financiera y comercial, la cual constituye un insumo para la valorización de este tipo de activos, teniendo en cuenta la aplicabilidad de los respectivos métodos.

CONCLUSIONES

A través de este trabajo de titulación he llegado a las siguientes conclusiones:

1.- Las empresas del sector de la construcción que validan el activo intangible “Marcas”, conocen que el valor razonable de una marca, genera beneficios a futuro, por tanto, es una necesidad la valoración de este activo intangible,

2.- Cumplir con la identificación, control, y beneficios futuros del activo intangible “Marcas”, permite a las empresas del sector de la construcción, establecer un valor de mercado apegado a la realidad, ya que muchas veces por su complejidad de valorarlos caen en el error de registrarlo como un gasto, disminuyendo la rentabilidad de la empresa.

3.- El desarrollo del presente trabajo de titulación ha permitido el logro de los objetivos planteados, concordante con el objeto de estudio, así como la búsqueda de información permitió conocer los enfoques teóricos referidos a la metodología de valoración de activos fijos en un proyecto del sector de la construcción.

4.- No existe una metodología única, para realizar el proceso de valoración del activo intangible “Marcas”, ya que existen diversos factores ligados a la particularidad del activo a valorar, por lo tanto, su valoración hay que hacerla de manera personalizada,

5.- El diseño y aplicación de una metodología de validación del activo intangible “Marcas”, en el Consorcio “EL Bosque” permitió dar cumplimiento al objetivo general y a los objetivos específicos propuesto, convirtiéndose en un gran aporte a la valoración del activo intangible “Marcas” en empresas del sector de la construcción.

RECOMENDACIONES

1.- Las empresas del sector de la construcción deben tener definidas las políticas contables y financieras respecto a la valoración de sus activos intangibles, lo cual va a permitir determinar el valor razonable de la marca.

2.- Toda empresa de la construcción debe aplicar las NIIF y las NIC, cuando adquiera y valide un activo intangible, independientemente que sea un producto a entregar a la Superintendencia de Compañías, cada año.

3.- Se deben determinar ciertos lineamientos que permitan estimar el cálculo del activo intangible al momento de realizar la respectiva amortización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, M., Yagual, A., Coronel, V., & Sánchez, L. (2018). *Conceptos Fundamentales de Administración de Proyectos de Inversión Enfoque en Metodología PMI*. Quito: Compas.
- Alcalde, R. (2015). *Análisis Empírico del Valor Intangible de las Empresas. Desarrollo y Aplicación de un Modelo de Valotración de las Empresas*.
- Alvarez , J. (2005). Valorización de Activos Intangibles:. *El Sistema de Información Empresarial*.
- Álvarez, P., & Ortiz, D. (2014). Impacto de la Aplicación de la NIC 38 "Marcas" en el Sector Empresarial de la Ciudad de Cuenca. Tratamiento Contable y Legalidad al Respecto en el Año 2012.
- Amejide, L. (2016). *Gestión de Proyectos segun el PMI*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2014). Ley de Propiedad Intelectual. *Registro Oficial Suplemento 426 de 28-dic.- 2006 / Modificada 10 - feb.-2014*.
- Aznar, J., Cayo, T., & López , A. (2017). *Valoración de Intangibles, Marcas y Patentes Mérodos y Casos Prácticos*. Valencia: Editorial Ardiles, Editorial Universitat Politècnica de València.
- Baher, D. (2008). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <http://www.rdigital.unicv.edu.cv/bitstream/123>.
- Banco Central del Ecuador. (2020). *Indicadores Macroeconómicos*. Obtenido de <http://bce.fin.ec/index.php/component/search/?searchword-exportaciones>.

- Baque , F., & Yépez, Y. (2019). Los Activos Intangibles y su Incidencia en los Estados Financieros de la Empresa Tropisistem Compu S.A.
- Borja, B. (2011). *Los Activos Intangibles y sus Retos: Horizontes para los Próximos Modelos Productivos*. Obtenido de <http://7books.google.com.ec>.
- Branzai. (2012). *De Logos a Marcas; Fases de Construcción*. Obtenido de <http://www.branzai.com/2015/05> de [logos-marcas-fases-de-construcción.html](http://www.branzai.com/2015/05/logos-marcas-fases-de-construccion.html).
- Campos, L. (2018). *Curso de Muestreo ICANE*. Obtenido de https://www.icanes.es/c/document_library/get_file?uuid=42bf64cae9b9-435a-a47d-86e29ff9df75&groupId=10138.
- Cedeño, Y., Molina, M., & Zambrano, M. (2009). Aplicación de las NIIF'S en una Empresa de la Construcción y sus Efectos Tributarios.
- Donoso, A. (2017). Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) - IFRS. <https://economipedia>.
- Francés, F. (2017). *Análisis e Interpretación de Resultados*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/tecninvestigacionsocial/temas-y-contenidos/tema-1-la-investigacion-social/fases-de-la-investigacion-social/analisis-e-interpretacion-de-resultados>.
- García, K., & Villalba, A. (2018). Análisis de la Valoración Financiera y Tratamiento Contable de los Activos Intangibles: Marcas.
- González, C. (2015). *Conceptos: Universo, Población y Muestra*. Obtenido de <https://www.cgonzalez.cl/conceptos-universo-poblacion-y-muestra/>.
- Guerrero, G. (2014). Los Procedimientos de Control Interno para Activos Fijos y su Incidencia en el Cumplimiento del Plan Estratégico del Honorable Consejo Provincial de Tungurahua.

- Hernández, E. (2014). *Los Intercambios de Intangibles entre Sociedades Locales y sus Relacionadas del Exterior: Incidencia Tributaria dentro del Marco de la Normativa Ecuatoriana*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec>.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México DF: Mac Graw Hill.
- IEPI. (2014). Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. *Manual de Metodología de Valoración de Activos Intangibles de Propiedad Intelectual*.
- Loachamín, J. (2013). *Guía para el Tratamiento Financiero, Contable y Tributario de los Activos Intangibles y Diferidos en el Ecuador en Base a la NIC 38 e Impuestos sobre las Ganancias en Base a la NIC 12*.
- Manene, L. M. (2011). *El Cliente, su Valor, Satisfacción, Fidelización, Relación, y Lealtad*. Obtenido de <http://luismiguelmanene.wordpress.com/2011/09/01/el-cliente-su-valor-satisfacción-fidelización-relación-y-lealtad/>.
- Márquez, A. (2010). *Intangibles, Activos que Generan Valor*. Obtenido de <http://www.ptolomeo.unam.mx:8080>.
- NIC38 / IFRS. (2012). *Norma Internacional de Contabilidad 38. Activos Intangibles*.
- NIC38 / IFRS. (2012). *Norma Internacional de Contabilidad 38. Modelo de Revaluación*.
- NIC38 / IFRS. (2012). *Norma Internacional de Contabilidad 38. Objetivo*.
- NIIF / IFRS. (2012). *Norma Internacional de Información Financiera 13. Valor Razonable*.
- NIIF / IFRS. (2012). *Norma de Información Financiera 3. Activos Intangibles*.
- NIIF / IFRS. (2012). *Norma Internacional de Información Financiera 13. Enfoque de Costo*.

- NIIF / IFRS. (2012). *Norma Internacional de Información Financiera 13. Enfoque de Ingresos.*
- NIIF / IFRS. (2012). *Norma Internacional de Información Financiera 13. Enfoque de Mercado.*
- NIIF / IFRS. (2012). *Norma Internacional de Información Financiera 13. Técnicas de Valoración.*
- NIIF / IFRS. (2012). *Norma Internacional de Información Financiera 3. Identificación de una Combinación de Negocios.*
- NIIF / IFRS. (2012). *Premisa de Valoración para Activos no Financieros (Activos Intangibles).*
- PMI. (2017). *Guía del PMBOK (Project Management Body of Knowledge).* Obtenido de <http://www.pmi.org/>.
- Quirama, U. (2018). Un Acercamiento a las Metodologías de Valoración de Activos Intangibles para la Búsqueda del valor Razonable. *ESPACIOS*, Vol. 39, pág. 7.
- Rico, J., & Abadía, H. (2017). Importancia de los Activos Intangibles en la Valorización de la Marca. *Pereira: Centro de Investigaciones de la Universidad Católica de Pereira.*
- Rubio, G., & Rodríguez, M. (2017). *Valoración de Marcas a través de Modelos Financieros. Una aplicación a Melia Hotels International.* Obtenido de <http://www.researchgate.net>.
- Ruíz, R. (2007). *El Método Científico y sus Etapas.* México.
- Tabares, C. (2020). Análisis de Exportaciones Ecuatorianas de Productos no Tradicionales.
- Tejera, J. (2013). La Norma UNE 166008:2012 de Transferencia Tecnológica. *Calidad: Revista Mensual de la Asociación Española para la Calidad.*, ISSN 1576-4915, N°. 1.

Torres, D. (2011). *Impacto Tributario de la Implementación en el Ecuador de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC) - en las Empresas Comerciales-Caso de una Empresa Dedicada a la Venta de Productos*. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec>.

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Alcívar Izurieta, Sebastián Andree**, con C.C: # 0928627553 autor/a del trabajo de titulación: **Valoración de activos intangibles en una empresa del sector de la construcción** previo a la obtención del título de **Ingeniero Civil** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **14 de septiembre de 2021**

f. _____

Alcívar Izurieta Sebastián Andree

C.C: 0928627553



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Valoración de activos intangibles en una empresa del sector de la construcción.		
AUTOR(ES)	Sebastián Andree Alcívar Izurieta		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Jorge Xavier Vera Armijos		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Ingeniería		
CARRERA:	Ingeniería Civil		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero Civil		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	14 de septiembre de 2021	No. DE PÁGINAS:	68
ÁREAS TEMÁTICAS:	Construcción y administración de obras, vías y transportes, geotécnica y pavimentos.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Activos tangibles, activos intangibles, marcas, sector de la construcción.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>A finales del siglo XX, los activos intangibles han pasado a representar valores significativos dentro de muchas empresas, por lo que se vuelve importante poder valorar, la propiedad intelectual, derechos contractuales, marcas, patentes, licencias, datos, derechos económicos y no económicos, entre otros. El objetivo de este estudio es determinar una metodología adecuada para la valoración de activos intangibles en una empresa del sector de la construcción, entonces se pretende responder a la siguiente pregunta: ¿cómo determinar una metodología adecuada para la valoración de activos intangibles en una empresa del sector de la construcción? La propuesta radica en una metodología para la valoración de activos intangibles siguiendo los lineamientos del Project Management Institute (PMI), de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), haciendo una revisión de la literatura referente al tema, como la aplicabilidad de técnicas e instrumentos metodológicos. El enfoque utilizado es de corte cuantitativo. Como resultado, es importante que los empresarios de la construcción conozcan y apliquen metodologías adecuadas para la valoración de sus activos intangibles, como es el caso de "Marcas" que pueden representar valores importantes dentro de sus proyectos de construcción y así poder obtener una rentabilidad sostenible.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-0991770493	E-mail: sebastianalcivar1996@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Glas Cevallos, Clara		
	Teléfono: +593-4-2206956		
	E-mail: clara.glas@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			