



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**TRABAJO PRÁCTICO DE TITULACIÓN MEDIANTE EXAMEN
COMPLEXIVO:**

**VALORACION Y PRESENTACION DE LA MARCA CAMPOS DE LA
EMPRESA SALICA DEL ECUADOR**

AUTORA:

SALAMEA GIRALDO FERNANDA CAROLINA

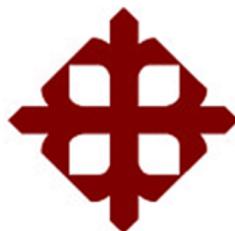
IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO:

INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

TUTOR:

CPA LINDA YONG.

Guayaquil, Ecuador



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente Trabajo Práctico de Titulación mediante Examen Complexivo fue realizado en su totalidad por **Fernanda Carolina Salamea Giraldo**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera en Contabilidad y Auditoria**.

TUTOR

CPA Linda Yong.

DIRECTOR (e) DE LA CARRERA

Ing. Jacinto Humberto Mancero Mosquera, MSc

Guayaquil, marzo del año 2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Fernanda Carolina Salamea Giraldo**

DECLARO QUE:

El Trabajo Práctico de Titulación mediante Examen Complexivo **Valoración y Presentación de la Marca Campos de la Empresa Salica del Ecuador** previo a la obtención del Título de **Ingeniera en Contabilidad Y Auditoria**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, marzo del año 2016

LA AUTORA:

Fernanda Carolina Salamea Giraldo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Fernanda Carolina Salamea Giraldo**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo Práctico de Titulación mediante Examen Complexivo: **Valoración y Presentación de la Marca Campos de la Empresa Salica del Ecuador**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, marzo del año 2016

LA AUTORA:

Fernanda Carolina Salamea Giraldo

AGRADECIMIENTO

En primer lugar gracias a Nuestro Creador, por brindarme las fuerzas necesarias para levantarme cada mañana, y con paso firme seguir mis estudios, por demostrarme que todo lo que me proponga en la vida, con esfuerzo y dedicación lo podre lograr.

A mis padres por su apoyo incondicional, por su confianza y por sus palabras de aliento que me brindaban día a día, y aunque uno de ellos ya no este hoy en día conmigo de forma física, quiero agradecerle por siempre haber sido mi motivación para continuar.

A cada una de las personas que forman parte de mi vida, porque siempre estuvieron junto a mí cuando estuve a punto de desfallecer, gracias por su confianza.

Fernanda Carolina Salamea Giraldo

DEDICATORIA

Este trabajo y mis logros están dedicados a mis padres, por ser mi principal inspiración y el pilar fundamental en mi vida.

A cada una de las personas que forman parte de mi vida, demostrando que los sueños se cumplen.

Con mucho cariño dedicado a ustedes.

Fernanda Carolina Salamea Giraldo

ÍNDICE GENERAL

Contenido	
Introducción	1
CAPÍTULO I.....	3
1 EL PROBLEMA	3
1.1 Planteamiento del problema	3
1.2 Delimitación del problema.....	4
1.2.1 Delimitación del espacio físico-geográfico	4
1.2.2 Delimitación de tiempo	4
1.2.3 Delimitación semántica	4
1.3 Formulación del problema	5
1.4 Evaluación del problema.....	5
1.5 Objetivos.....	6
1.5.1 Objetivos Generales.....	6
1.5.2 Objetivos Específicos	6
1.6 Preguntas de Investigación.....	6
1.7 Justificación e importancia.....	7
CAPÍTULO II.....	8
2 Marco conceptual	8
2.1 Entorno de la Empresa	8
2.2 Conceptos Activos Intangibles.....	12
2.2.1 Crédito Mercantil:.....	13
2.2.2. Marcas:.....	14
2.2.3. Patentes:.....	15
2.2.4. Concesiones o Franquicias:.....	15

2.2.5. Derechos de autor:	16
2.3 Clasificación.....	17
Grafico 1.....	17
2.4 Aplicación de la NIIF 38 (Activos Intangibles), al Registro de Marca .	18
CAPÍTULO III.....	21
3.1 Plan de tratamiento de la Problemática	21
3.2 Método.....	26
3.3 Beneficios a Futuro.....	27
3.4 Determinación del valor razonable de un activo intangible adquirido en una combinación de negocios	28
CAPÍTULO IV.....	29
4 VIDA UTIL ACTIVOS INTANGIBLES	29
4.1 Vida útil del activo	29
4.2 Activos intangibles con vidas útiles finitas	30
4.3 Activos intangibles con vidas útiles indefinidas.....	31
CAPÍTULO V.....	32
CONCLUSIONES	32
RECOMENDACIONES.....	34
BIBLIOGRAFÍA.....	35

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Productos Campos en Europa.....	2
Imagen 2. Logo del Grupo Albacora.....	8
Imagen 3. Comparación entre presentación de marcas.....	10
Imagen 4. Productos Campos en Ecuador.....	11
Imagen 5. Marcas de Productos.....	13
Imagen 6. Ejemplos de Activos Intangibles.....	15
Imagen 7. Ejemplos de los tipos de Activos Intangibles.....	16
Imagen 8. Ejemplos de diario de contabilización de provisión.....	22
Imagen 9. Ejemplo de distribución de cuentas por pagar.....	23
Imagen 10. Mayor Contable de la Cuenta de Gastos.....	24

Resumen

Dentro del estudio de los términos contables, muy poco se da conocer sobre los activos intangibles, ya que son identificados como activos que no poseen apariencia física, pero que aportan de manera muy significativa beneficios económicos para el incremento del patrimonio de la entidad a la que pertenece, existió la necesidad de analizar e investigar acerca de este activo intangible adquirido por la Empresa SALICA DEL ECUADOR, para de esta manera lograr analizar si el registro que se está realizando, se lo está efectuando bajo la normativa de la NIIF 38, la cual nos muestra el correcto registro que se le debe dar a un activo intangible al momento de contabilización.

Al adquirir la marca Campos, Salica del Ecuador adquiere un grupo de activos intangibles, ya que la marca viene acompañado de la asistencia técnica, la cual indica que será entregado también sus conocimientos, experiencia, relaciones comerciales y cartera de clientes, aunque contablemente solo será reflejado el Registro de Marca.

Sin duda alguna los activos intangibles tienen una importancia superior en una empresa, partiendo desde su concepto ya que su adquisición genera beneficios económicos y no solo eso sino que un producto que está bajo una marca de prestigio internacional logra sobresalir entre las marcas que serían consideradas su competencia directa.

Introducción

SALICA DEL ECUADOR, cuenta con una con una Planta Industrial de procesamiento de tunidos ubicada en el Sector de Guarillo Grande, parroquia rural de Posorja, cantón Guayaquil, en la cual produce aproximadamente 250 toneladas diarias de conservas de atún, destinadas a la exportación y comercialización local.

SALICA INDUSTRIA ALIMENTARIA ha brindado previamente a SALICA DEL ECUADOR sus conocimientos, experiencia técnica, relaciones comerciales, red de proveedores y clientes durante las fases de implementaciones inicio de actividades de la planta industrial de Posorja; y dicha experiencia ha resultado altamente beneficiosa para SALICA DEL ECUADOR pues, gracias a dicha Marca, ha logrado posesionarse en el mercado local como una empresa líder de su sector en el corto plazo.

Es así como gracias a la fusión de estas 2 grandes empresas, como SALICA DEL ECUADOR logra incursionar en el mercado local, bajo la Marca que inicialmente era de SALICA INDUSTRIA ALIMENTARIA, MARCA CAMPOS, respaldados por la firma de un contrato, inicia la comercialización de sus productos a nivel local, sabemos que entre una de las cláusulas de este documento se indica que únicamente se emitirá una factura al final de año, la cual vendrá emitida por el 2% de las ventas totales del producto local.

Pese a contar con esta información, aun no se tiene el conocimiento de cómo la empresa realiza el registro en los libros contables, si la distribución mensual se hace una vez recibida la factura, o mensualmente se realizara una provisión, de ser el caso que la empresa opte por esta segunda opción, ¿Cuál sería la manera del cálculo de la provisión?, ¿Contra qué cuenta debería ser registrada la provisión?, de existir ajuste a fin de años ¿De qué manera debería ir registrado?

Con el presente trabajo buscamos, conocer el proceso de registro de Marca, analizar si el tratamiento que se le está dando es el correcto, si se están tomando en cuenta todas las consideraciones y características que se resaltan en la Norma Internacional de Información Financiera 38 (NIIF 38) e identificar cuáles son los activos intangibles que puede poseer una empresa.

Imagen 1. Productos Campos en Europa



CAPÍTULO I

1 EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

El mercado ecuatoriano hasta hace alrededor de 5 años atrás no contaba con la presencia de las conservas de atún Marca Campos, producto que es elaborado por la Empresa Salica del Ecuador, la cual pertenece al Grupo Albacora, al igual que Salica Industria Alimentaria, quien es inicialmente el propietario de esta marca.

La entidad al querer incursionar en un mercado nuevo, necesitaba contar con el respaldo de una marca de alto reconocimiento, para asegurar su acogida por parte de los consumidores.

Al adquirirla mediante la firma de un contrato donde identifica los beneficios que conllevaran la fusión de estas 2 empresas, también se adquiere la responsabilidad de registrar y cancelar anualmente una factura la cual vendrá bajo el concepto de REGALIAS POR LICENCIA DE USO DE MARCA DE FABRICA CAMPOS.

Sin embargo debe de quedar provisionada de manera mensual el valor del registro que correspondería, para de esta manera no reflejar únicamente en el mes de diciembre, un activo intangible que fue utilizado durante las ventas en todo el año.

1.2 Delimitación del problema

1.2.1 Delimitación del espacio físico-geográfico

El estudio para el desarrollo de este trabajo investigativo fue realizado previo a un análisis realizado a las actividades que cumplen las empresas del Grupo Albacora, el cual cuenta con tres plantas procesadoras, 2 ubicadas en España propiedad de Salica Industria Alimentaria y 1 en Posorja de la empresa Salica del Ecuador. El presente trabajo se desarrollara en base a los registros contables realizados en la planta procesadora ubicada en Ecuador, Parroquia Posorja.

1.2.2 Delimitación de tiempo

El análisis a realizar, se lo efectuara considerando todos los registros que se hayan realizado durante el año 2014, el cual ya se encuentra cerrado.

1.2.3 Delimitación semántica

Una vez recibida la factura por la licencia de la Marca Campos, para la venta a nivel local, esta debe de cumplir con una serie de procesos para posteriormente, registrar el ajuste de ser el caso que exista.

Se debe de considerar que mensualmente esta licencia ya ha tenido un provisión, finalmente se debería verificar que los valores considerados sean los correctos para el año a cerrarse.

El enfoque del presente trabajo está en que se comprenda cada uno de los registros que la empresa está realizando para reflejar en la contabilidad los gastos incursionados en la utilización de la marca en los productos de venta local.

1.3 Formulación del problema

Pese a que SALICA INDUSTRIA ALIMENTARIA y SALICA DEL ECUADOR, pertenecen a un mismo Grupo Empresarial, estas empresas son sociedades que necesitan compartir servicios para optimizar sus recursos y de esta manera lograr una actividad empresarial coordinada, cediendo de esta forma la marca CAMPOS, para la comercialización de conservas de atún y sardinas de manera local, incursionando en el mercado con un producto de presentación novedosa y de prestigio internacional.

Sin embargo por poseer esta marca en las conservas, se recibirá una factura de manera anual, por un valor que será calculado por el 2% del total de las ventas alcanzadas en el mercado local, considerando siempre que sean de marca Campos, esta consideración se la hace ya que la empresa realiza ventas a personal de saldos de exportación los cuales no contienen la marca indicada.

El valor de la factura la empresa lo distribuye de manera mensual, aplicando el mismo calculo, una vez cerrado el mes en lo que respecta a ventas se emite un cuadro y con esta referencia se realiza la provisión, cuando finalmente se recibe la factura se realiza los ajustes respectivos, afectando las mismas cuentas.

1.4 Evaluación del problema

La Investigación realizada a la empresa Salica del Ecuador, pretende ser una guía para el correcto manejo, registro y contabilización de los activos intangibles que poseen las empresas, ya que hoy en día se posee poca o nada información acerca de este tipo de activos.

Los activos intangibles hoy en día se han convertido en bienes importantes para las entidades, ya que mes a mes generan ingresos monetarios para la empresa que los posee.

1.5 *Objetivos*

1.5.1 *Objetivos Generales*

- Crear una guía que permita al usuario, analizar, identificar y registrar de manera correcta los activos intangible de una entidad

1.5.2 *Objetivos Específicos*

- Recopilar información de la empresa acerca de la provisión que se realiza mensualmente para registrar en la contabilidad el valor correspondiente al registro de marca del mes en curso.
- Identificar cada una de las características que según la NIIF (38), un activo debe cumplir para ser considerado como activo intangible.
- Establecer los pasos a seguir para el correcto registro de la factura por licencia de Marca.

1.6 *Preguntas de Investigación*

- ¿Cuáles son los beneficios que se adquieren al considerar la marca campos como un activo intangible de la empresa Salica del Ecuador?
- ¿Cuáles son los beneficios de realizar mensualmente una provisión referencial del valor que corresponde al registro de marca?
- ¿Por qué el valor del ajuste únicamente va registrado en el mes de Diciembre?

- ¿Sería mejor el valor del ajuste distribuirlo entre los 12 meses del año?

1.7 Justificación e importancia

La investigación de este tema lleva a la búsqueda de un correcto registro de la licencia de marca, plasmando en el mayor contable información correcta, la cual más adelante sirva para la toma de decisiones por parte de la gerencia.

Razón por la cual se busca evidenciar si las acciones que se están realizando actualmente por la empresa son las correctas, si se está realizando el registro correcto, apegándose a lo indicado en la norma internacional de información financiera.

Con el presente trabajo se busca justificar la debida importancia que tienen los activos intangibles en una organización, quedando de manera clara las características necesarias que debe de cumplir, para de esta manera darle el correcto tratamiento contable.

CAPÍTULO II

2 Marco conceptual

2.1 Entorno de la Empresa

El grupo Albacora, es uno de los principales grupos productores de conservas de atún hoy en día, sus inicios se dieron en el año 1957, luego de que varias embarcaciones de Bermeo iniciaron sus faenas en aguas de Senegal y Sierra Leona. Fue después de 5 años en el año 1962, cuando deciden unirse cuatro familias, las cuales contando con cuatro embarcaciones totalmente nuevas, las cuales tenían la capacidad de congelar la pesca a bordo, pero no fue sino hasta el año de 1974 cuando Iñaki Lachaga finalmente funda la Sociedad Albacora S.A.

Imagen 2. Logo de Grupo Albacora



La actividad principal del Grupo Albacora, es la producción y comercialización de conservas de atún, los cuales son capturados por sus propias embarcaciones, pescando únicamente las especies más abundantes, cumpliendo de esta manera las normas más exigentes.

Inicialmente asientan sus oficinas en España, en las localidades de:

- Bermeo
- Bilbao
- Vinicios

Sin embargo para la transformación de la materia prima únicamente se contaba con dos plantas procesadoras, las cuales estaban asentadas en Bermeo y Galicia, desde donde se realizaba la distribución de las conservas, luego de varios años existió la necesidad de incursionar con su producción también en América, y es así como se llega a la decisión de crear una planta procesadora en Ecuador, ubicada en la Parroquia Posorja el cual es Puerto Pesquero, encajando de la mejor manera con la empresa, y es así como se funda Salica del Ecuador.

En la actualidad en estas instalaciones funciona una planta procesadora, la cual acoge alrededor de 3,000 empleados de las zonas aledañas, en esta planta se producen 3 tipos de productos:

- Lomos Precocidos
- Lomos Congelados
- Conservas

Pero a inicios de su producción únicamente se estaba elaborando productos con marcas ajenas a la empresa, bajo órdenes de producción, sin embargo luego de un estudio a la población y al consumo de las conservas, Salica del Ecuador decide lanzar su producto, pero no se contaba con una marca propia, por lo que se opta por incursionar en el mercado bajo la marca CAMPOS, con la cual el grupo comercializa conservas en Europa, sin embargo decide cambiar la presentación de la marca:

Imagen 3. Comparación entre presentación de marcas



Pero al adquirir la empresa esta marca, no solo estaba obteniendo una identificación sino un conjunto de activos intangibles, ya que de igual manera para garantizar la calidad del producto, también fue entregada la receta de los productos.

Hoy en día el tema de los activos intangibles para las empresas se ha convertido en la principal fuente de ingresos para generar beneficios económicos futuros, pero de igual manera la medición de manera fiable muchas veces es de manera restringida por parte de la empresa, limitando de esta manera la posibilidad de identificarlos como parte del patrimonio de la entidad.

De acuerdo a lo citado en la NIFF 38 (Activos Intangibles) el cual señala "Un activo es un recurso, controlado por una entidad como resultado de sucesos pasados y del que la entidad espera obtener, en el futuro, beneficios económicos", concepto similar al que expone de los activos intangibles en el cual indica que "Los activos intangibles son los activos identificables, de carácter no monetario y sin apariencia física".

Sin embargo Salica del Ecuador considera como un activo no intangible a la marca Campos, ya que este activo no cuenta con apariencia física, pero su uso en los productos generaran de manera futura ingresos para la entidad. La marca de manera inicial pertenece a Salica Industria Alimentaria, una de las empresas del Grupo, la cual mediante un contrato sede el uso de la marca para la comercialización local, llegando al acuerdo en una de sus cláusulas que se emitirá únicamente una factura al cierre del año, la cual será emitido por el 2% de las ventas totales de mercado local, la cual llegara bajo el concepto de “REGALIA POR LICENCIA DE USO DE MARCA DE FABRICA CAMPOS”.

El departamento contable, realiza mensualmente una provisión, manejando el mismo concepto de la factura final, el área de Costos envía un reporte de las ventas del mes en curso, bajo la marca campos, sobre la cual será aplicado el 2%, registrando de esta manera una provisión a la cuenta registro de Marca.

Imagen 4. Productos Campos en Ecuador



2.2 Conceptos Activos Intangibles

Podemos definir como activos intangibles al bien o conjunto de bienes que pese a no estar reflejados en los estados contables tradicionales, generan valor o tienen potencial de generarlo en el futuro Euro fórum (1998)

Sin embargo hoy en las empresas se enfrentan al reto de incursionar en las inversiones intangibles que potencian la capacidad de generar riquezas en un futuro, y por otro lado a la necesidad de identificar y gestionar, de manera eficiente, los activos intangibles existentes en el seno de la organización. Esto es especialmente difícil, dado que los sistemas de información y contabilidad empleados habitualmente en las sociedades mercantiles están orientados, principalmente, hacia la medición de los beneficios y el valor del patrimonio en términos monetarios y, por tanto, tienen una limitada capacidad para reflejar el valor y la importancia de las inversiones intangibles Cañibano, (1998).

A lo largo de la historia la conceptualización de términos o procesos contables, tanto en el ámbito profesional o académico ha tenido un perfeccionamiento, sin embargo la importancia que se le da a los activos intangibles es poca, salvo unos pocos como el fondo de comercio, los gastos en investigación y desarrollo o la propiedad industrial, tal como lo cito Tullo Rosembu, 2003 “el fondo de comercio es un bien jurídico de información que comprendía el capital intelectual de la organización, concretando la ventaja competitiva que puede exhibir ante la concurrencia”, ya que corresponde a la diferencia entre el valor contable de la empresa y el precio pagado por ella en una adquisición de empresas.

Los activos intangibles son aquellos cuya naturaleza es inmaterial, es decir sin esencia física pero sin embargo genera beneficios económicos futuros controlados por la entidad que los posee.

Se puede también determinar cómo activos intangibles a un conjunto de bienes inmateriales, que pueden ser de gran valor ya que contribuyen al aumento de los ingresos o utilidades, estos activos se suelen comprar o se desarrollan dentro de la vida del negocio.

Estos activos pueden ser:

- Crédito Mercantil
- Marcas
- Patentes
- Concesiones y franquicias
- Derechos

Como caracterización de estos activos se puede considerar que son objetos de amortización gradual durante toda su vida útil estimada.

Imagen 5. Marcas de Productos



2.2.1 Crédito Mercantil: Para Pina Vara (2013), el derecho mercantil es: “El conjunto de normas jurídicas que se aplican a los actos de comercio legalmente calificados como tales y a los comerciantes en su ejercicio de su profesión”.

Para Mantilla Molina, derecho mercantil es: "El sistema de normas jurídicas que determinan su aplicación mediante la calificación de mercantiles dada a ciertos actos, y regulan estos y la profesión de quienes se dedican a celebrarlos"

Son bienes intangibles que otorgan una posición privilegiada, que no se computa en los saldos contables, salvo que se haya tenido que pagar para adquirirlos. Le permite tener o adquirir el control económico de la empresa

El Crédito mercantil puede ser estimado de tres maneras:

2.2.1.1. Negociación: es el mutuo acuerdo que existe entre las dos partes involucradas en un crédito mercantil: comprador y vendedor.

2.2.1.2. Utilidad promedio Futuras: es considerado bajo este término al promedio de las utilidades recibidas anualmente de un rendimiento apreciado normal.

2.2.1.3. Capitalización de las utilidades promedio: Consiste en dividir las utilidades promedio obtenidas en exceso de los que se podría considerar como un rendimiento normal, por la tasa de rendimiento planteada por el inversionista.

2.2.2. Marcas: Es un medio para sobresalir en un aspecto distinto sobre la competencia, los cuales pueden ser adquiridos, elaborados o arrendados. Siendo el caso que estos hayan sido adquiridos, la marca deberá ser valuada de acuerdo a todos los gastos incurridos en su adquisición legal.

Para Richard L. Sandhusen, "una marca es un nombre, término, signo, símbolo, diseño o combinación de los mismos, que identifica a los productos y servicios y ayuda a diferenciarlos como pertenecientes a un mismo proveedor; por ejemplo, Honda o Ford, o a un grupo de proveedores, como el Comité Nacional de Promoción de Procesamiento de Leche Líquida (National Fluid Milk Processor Promotion Board). Las marcas pueden ser

locales, nacionales, regionales o de alcance mundial". Complementando ésta definición, Sandhusen añade que "una marca registrada es un nombre comercial o logo que está amparado legalmente"

Imagen 6. Ejemplos de Activos Intangibles



2.2.3. Patentes: Es aquel derecho que ha sido, otorgado por el Estado a una empresa, para de esta manera hacer uso exclusivo de un proceso de manufacturación o ya sea también para vender. Con este derecho se le sede al autor impedir el uso de terceras personas del proceso patentado.

2.2.4. Concesiones o Franquicias: Es el derecho que se le otorga a una entidad mediante la firma de un contrato, para la realización de una actividad en específico.

La definición dada por la Federación Europea es la siguiente:

Se trata de un sistema de colaboración entre dos empresas distintas y jurídicamente independientes, ligadas por un contrato a través del cual una de ellas, el franquiciador, concede a otra, el franquiciado, el derecho de explotar en unas condiciones preestablecidas y bien determinadas, un negocio concreto (marca, fórmula comercial, producción,...) materializado con un emblema específico, con carácter

exclusivo dentro de un determinado ámbito geográfico y asegurando la prestación de una ayuda y unos servicios regulares, necesarios para llevar a cabo la explotación".

2.2.5. Derechos de autor: Este es un fenómeno muy reciente donde se reconoce a una persona como la creadora intelectual, obteniendo de esta manera todos los beneficios que su creación genere.

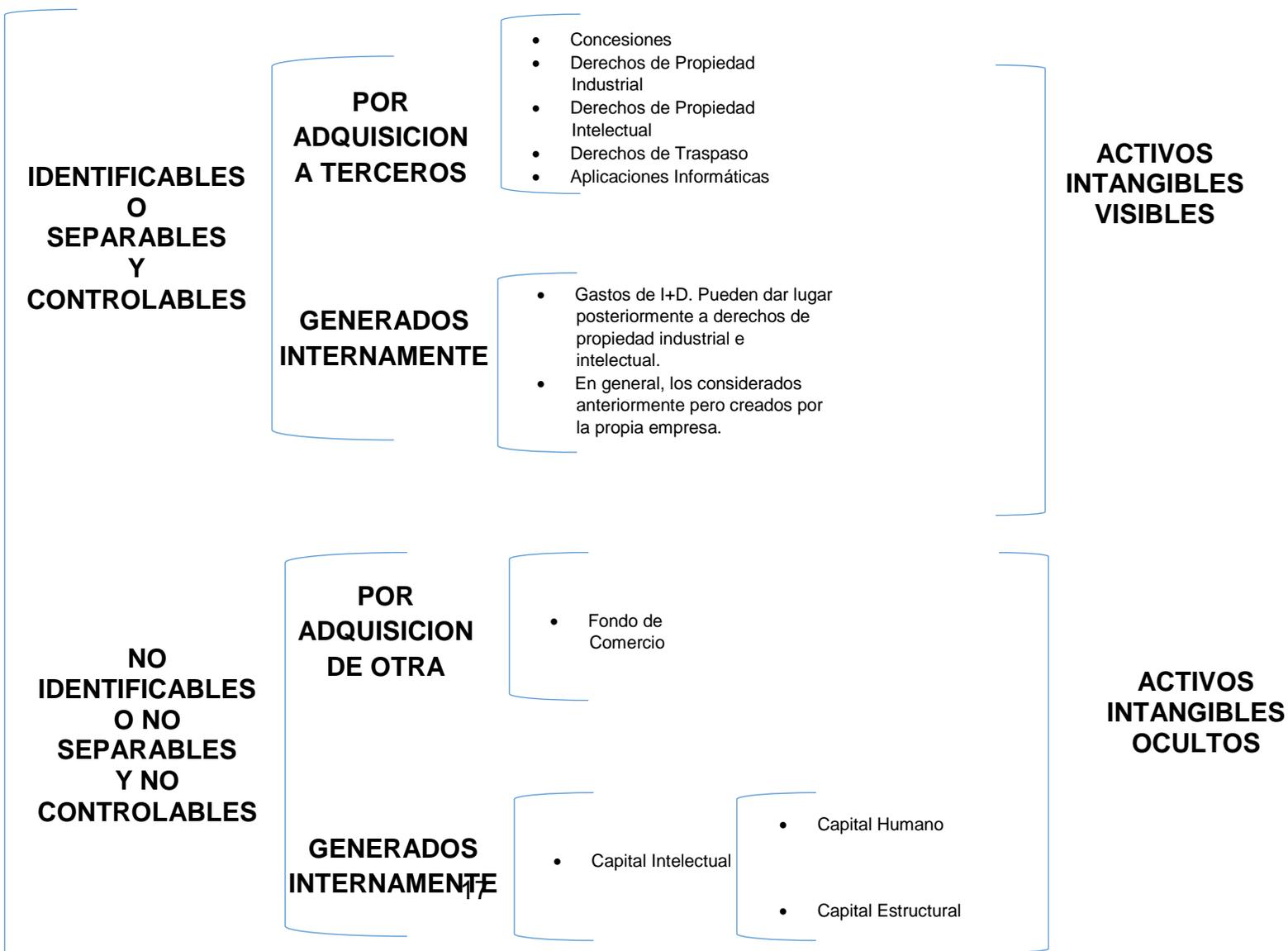
Imagen 7. Ejemplos de los tipos de Activos Intangibles



2.3 Clasificación

Grafico 1.

Activos Intangibles



Fuente: Capital Intelectual y Modelos de Empresa

Elaborado por: El autor

2.4 Aplicación de la NIIF 38 (Activos Intangibles), al Registro de Marca

Según la Normas Internacionales de Información Financiera número 38 (NIIF 38), la cual da a conocer el tratamiento que se le debe dar a los Activos Intangibles, indica que estos, son todos aquellos bienes que pese a no mostrar apariencia física, ayudan a generar ingresos considerables de manera futura para la empresa.

Como objetivo principal, luego de su análisis se espera contar con los conocimientos para de esta manera realizar un correcto tratamiento para este tipo de activos, siempre y cuando cumplan con los criterios impuestos por la norma. De igual manera se espera determinar el impacto que tendrá en los libros contables y exigir la revelación de información específica acerca de este tipo de activos.

Para la contabilización y reconocimiento de un activo intangible se aplicara la NIIF 38, salvo en los siguientes casos:

- a) Activos intangibles que están tratados en otras normas;
- b) activos financieros, definidos en la NIC 39 Instrumentos financieros: Reconocimiento y valoración;
- c) el reconocimiento y valoración de activos para exploración y evaluación (véase la NIIF 6 Exploración y evaluación de recursos minerales); y
- d) desembolsos relacionados con el desarrollo y extracción de minerales, petróleo, gas natural y recursos no renovables similares.

No obstante cuando alguna otra norma ha intervenido en la contabilización de algún tipo de activo intangible, será aquella norma la que deberá ser aplicada en lugar de la NIIF 38

Conforme a lo citado en la NIIF 38 se pueden considerar dos clases de partidas en lo que concierne a los activos intangibles:

- ◆ Aquellos que simbolizan la comercialización de algún tipo de servicio o producto, esperando de esta actividad un ingreso económico a futuro y que finalmente su aplicación en una entidad sea identificado como un gasto diferido hasta que el ejercicio en que obtenga dichos ingresos. Por ejemplo gastos de comercialización, gastos de publicidad entre otros más.
- ◆ Aquello cuya naturaleza es la de un bien impalpable, que implican un derecho o privilegio y, en algunos casos, tienen la particularidad de reducir costos de producción, mediante mejorar la calidad de un producto o promover su aceptación en el mercado, por ejemplo, patentes, licencias y marcas registradas.

Para Salica del Ecuador la primera partida es la que encaja en el activo intangible a tratar para esto lo analizaremos de la siguiente manera:

Producto campos es un producto el cual será comercializado para el consumo (consumo de bienes), será distribuido considerando un 15% de ganancia sobre el costo de producción (Ingresos en el futuro), por el uso de esta marca Salica Industria Alimentaria emitirá a final del año una factura, sin embargo mes a mes se ira provisionando un valor que quedara registrado en la cuenta de gastos 52101-85-076-1 Gastos de Registro de Marca (su aplicación en resultados será un gasto diferido hasta el ejercicio).

Reconociendo todas estas características podemos identificar a la marca como un activo intangible ya que según el texto de la Resolución Técnica N° 17 surge el precepto de que los intangibles se reconozcan como activos cuando:

- a) Se demuestre su capacidad de generar beneficios económicos (esta demostración debe hacerse sobre hipótesis razonables y fundadas);

Día a día, esta marca se está convirtiendo en una de las favoritas por las familias ecuatorianas, logrando de esta manera mayor consumo del producto generando positivamente un incremento en los beneficios económicos para la empresa.

- b) Su costo pueda determinarse sobre bases confiables;

CAPÍTULO III

3.1 Plan de tratamiento de la Problemática

De manera constante las empresas, utilizan sus recursos o infringen en sus pasivos para ya sea la adquisición, desarrollo o mantenimiento de sus activos intangibles, ya que estos pueden ayudar al diseño o implementación de nuevos procesos o sistemas logrando de esta manera brindar beneficios económicos futuros.

Salica del Ecuador con el fin de incursionar en mercado local, mediante contrato adquiere la marca Campos, la cual inicialmente pertenece a Salica Industria Alimentaria, quien comercializaba únicamente en mercado Europeo bajo esta marca.

Sin embargo la empresa se ve en la necesidad de lanzarse al mercado, no solo con un producto más innovador ante su competencia principal como lo es Atún Real, sino también amparado por una marca de reconocimiento internacional, es así como hace 5 años atrás se empieza la comercialización de CAMPOS ILE, esto se debe a la alianza estratégica que sostuvo con la empresa ILE C.A., Industria Lojana de Especerías, dedica a la fabricación y comercialización de condimentos a nivel nacional para que realice la distribución en el País. Sin embargo, no se cumplió con las expectativas de venta y en el año 2013 la empresa Salica del Ecuador cambia su estrategia y disuelve su alianza con ILE, empieza a crear una nueva red de distribuidores a nivel nacional y también cambia el nombre del producto y su imagen a conservas de atún “Campos”.

Se pueden considerar como activos intangibles que en un futuro generaran un ente ganancias económicas a: los derechos de autor, las patentes, las marcas y otros más, es decir, estos dos últimos tendrán que reflejar siempre el costo total incurrido para su adquisición o ya bien sea su desarrollo, esto significa que su costo no se podrá contabilizar considerando un valor estimado mediante la aplicación de algún método de valuación.

La empresa Salica del Ecuador realiza una provisión mensualmente, ya que se recibe una única factura anual en el mes de diciembre, pero el valor por registro de marca debe quedar acentuado de manera mensual en los libros contables, el cálculo se lo realiza sobre el 2% de las ventas reportadas bajo la marca campos, donde se registra en el débito el valor correspondiente a la provisión del mes en curso en la cuenta identificada como GASTOS DE REGISTRO DE MARCA (52101-85-076-1) y un crédito a la cuenta de PROVEEDORES PROVISIONALES (21201-00-003-1), se realiza el registro contra esta cuenta ya que en el momento en que se reciba la factura y esta vaya a ser provisionada en el sistema esta será la cuenta en la cual debería ir registrada.

Imagen 8. Ejemplos de diario de contabilización de provisión

Entrada de diario	Fecha trans.	Documento origen	Código de auditoría		
Cuenta			Descripción	Débito	Crédito
31/05/2014	DG				
21201-00-003-1			Proveedores Provisionales		\$ 26.534,30
52101-85-076-1			GASTOS REGISTRO DE MARCA	\$ 26.534,30	
Total distribuciones:	2		Totales:	\$ 26.534,30	\$ 26.534,30
Total entradas diario:	1		Totales generales:	\$ 26.534,30	\$ 26.534,30

Pese a que mensualmente se realizan las provisiones, todos los años al recibir la factura final, se compara valores y se deben de realizar ajustes por valores no considerados, saldando los valores tomados de la cuenta Proveedores Provisionales y el saldo registrándolo en la cuenta Gastos de Registro de Marca, para que este valor de ajuste no inflara mi registro en el último mes, la empresa opta por no realizar la provisión del mes de

diciembre y de esta manera registra como valor de provisión, la diferencia entre el valor de la factura y la suma de los once meses provisionados.

A continuación mostraremos el registro de la factura final:

Imagen 9. Ejemplo de distribución de cuentas por pagar

Consulta de distribución de CP

Archivo Editar Herramientas Ver Adicional Ayuda SALICA DEL ECUADOR S.A. 23/02/2016 >>

Id. de proveedor	A.48.434781	Núm. comprobante	00171259
Nombre	SALICA, INDUSTRIA ALIMENTARIA,	Tipo de documento	Factura
Id. de moneda	DOLAR	Monto funcional	\$ 88.422,19
		Monto original	\$ 88.422,19

Id. de comp.	Cuenta	Tipo	Débito	Crédito
Descripción			Débito original	Crédito original
Referencia de distribución				
SALIC	52101 -85 -076 -1	COMPRA	\$ 32.441,44	\$ 0,00
GASTOS REGISTRO DE MARCA			\$ 0,00	\$ 0,00
REGALIAS POR LICENCIA 2014				
SALIC	21201 -00 -003 -1	COMPRA	\$ 65.805,44	\$ 0,00
Proveedores Provisionales			\$ 0,00	\$ 0,00
REGALIAS POR LICENCIA 2014				
SALIC	21401 -00 -105 -1	IMPTOS	\$ 0,00	\$ 9.824,69
401 CON CONVENIO DOBLE TRIBUTACION %			\$ 0,00	\$ 0,00
REGALIAS POR LICENCIA 2014				
SALIC	21401 -00 -086 -1	IMPTOS	\$ 0,00	\$ 11.789,63
RETENCION IVA 100% SERVICIOS			\$ 0,00	\$ 0,00
REGALIAS POR LICENCIA 2014				
SALIC	1501 -00 -009 -1	IMPTOS	\$ 11.789,63	\$ 0,00
IVA PAGADO IMPORT. SERVICIOS			\$ 0,00	\$ 0,00
REGALIAS POR LICENCIA 2014				
SALIC	21201 -00 -001 -1	PAGO	\$ 0,00	\$ 88.422,19
Proveedores Del Exterior			\$ 0,00	\$ 0,00
REGALIAS POR LICENCIA 2014				
Totales funcionales			\$ 110.036,51	\$ 110.036,51
Totales originales			\$ 0,00	\$ 0,00

Isasas

Aceptar

Este registro lo compararemos con el mayor contable de la Cuenta de Gastos de Registro de marca, la cual sumando todos los asientos de diarios dados con la referencia de registro de Marca deben de darme el valor de \$ 65,805.44 el mismo valor que fue registrado por la provisión en la cuenta de Proveedores provisionales, cabe aclarar que la provisión como antes ya fue mencionada se la realizo en Crédito y el registro que se va a realizar ahora con el registro de la Factura será Debito, quedando de esta manera con efecto cero en la cuenta de Proveedores provisionales, y únicamente reflejados en la cuenta del gasto.

La empresa mantiene un control constante sobre este activo ya que mostrara beneficios económicos a futuro. En la mayoría de casos cuando una empresa posee la capacidad de vigilar y controlar los activos intangibles que pueden generar bienes monetarios futuros, es por que poseen su justificación en derechos legales los cuales son exigidos ante un tribunal. De ser el caso q no existiera dicho derecho, el demostrar que no existe control puede ser más difícil.

Imagen 10. Mayor Contable de la Cuenta de Gastos

Libro mayor

Rangos: Desde: 01/01/2014
 Fecha: 31/12/2014
 Cuenta: 52101-85-0/6-1

Hasta: 31/12/2014
 Cuenta: 52101-85-0/6-1

Subtotal por: Mes
 Ordenado por: Cuenta

Incluir: Contabilización
 Imprimir moneda en: Funcional (DOLAR)

Cuenta:		Descripción: GASTOS REGISTRO DE MARCA			Saldo inicial:	\$ 0,00
Fecha trans.	Referencia de distribución	Núm. maestro orig.	Nombre maestro orig.	Débito	Crédito	
08/01/2014	TRANSFERENCIAS DE MARCAS	00149186	001-001-000000024	179245914100* REDLEGAL & ASOCIADOS CIA. LTDA.	\$ 600,00	
08/01/2014	TRANSFERENCIAS DE MARCAS	00149186	001-001-000000024	179245914100* REDLEGAL & ASOCIADOS CIA. LTDA.	\$ 72,00	
08/01/2014	RECLASF/TRANSF MARCAS BACHI-CA					\$ 600,00
08/01/2014	RECLASF/TRANSF MARCAS BACHI-CA					\$ 72,00
08/01/2014	RECLASF/TRANSF MARCAS BACHI			\$ 600,00		
08/01/2014	RECLASF/TRANSF MARCAS BACHI			\$ 72,00		
27/01/2014	CONSULT.ANALIS.EVALUAC.CTROL R	00150168	140117	115930460001: DALT BRASIL ASSESORIA E CONSULT	\$ 1.299,11	
31/03/2014	SRECUPERACION SALDO.C.CALIDAD	00153970	001-001-000012315	176816953000* AGEN. NAC. DE REGUL. CONTROL VIG	\$ 1,14	
07/05/2014	PERMISO FUNCIONAMIENTO-C.CALID	00155783	563	176816953000* AGEN. NAC. DE REGUL. CONTROL VIG	\$ 244,80	
07/05/2014	ALNULAC D:742.076/AG.NAC.REG					\$ 244,80
31/05/2014	PROV. REGIST MARCA ENE-MAYO			\$ 26.534,30		
31/05/2014	PROV. REGIST MARCA ENE-MAYO			\$ 26.534,30		
31/05/2014	PROV. REGIST MARCA ENE-MAYO					\$ 26.534,30
30/06/2014	PROV. REGISTRO MARCA			\$ 32.524,87		
30/06/2014	PROV. REGISTRO MARCA					\$ 32.524,87
30/06/2014	PROV. REGISTRO DE MARCA JUN			\$ 5.750,66		
15/07/2014	CONS.ANALIS. RIESG PLANT ATUN	00160330	140715	115930460001: DALT BRASIL ASSESORIA E CONSULT	\$ 1.700,89	
31/07/2014	PROV. REGISTRO MARCA			\$ 1.794,05		
31/08/2014	PROV. REG. MARCA ALCANC FEB.			\$ 1,68		
31/08/2014	PROV. REG. MARCA ALCANC MAYO			\$ 239,91		
31/08/2014	PROV. REG. MARCA ALCANC JUNIO			\$ 1.145,79		
31/08/2014	PROV. REG. MARCA AGOSTO			\$ 1.810,05		
15/09/2014	CERTIFICADO	00164000	001-004-000017076	176816953000* AGEN. NAC. DE REGUL. CONTROL VIG	\$ 714,72	
30/09/2014	PROV. REGISTRO MARCA SIA SEPT			\$ 339,09		
17/10/2014	CONSULTORIA EN ANALISIS PRODUCC	00166419	000-000-000141017	115930460001: DALT BRASIL ASSESORIA E CONSULT	\$ 765,00	
30/10/2014	CERTIFICADO	00167373	001-011-000006938	176816953000* AGEN. NAC. DE REGUL. CONTROL VIG	\$ 714,72	
31/10/2014	PROV. MES DE OCTUBRE-14			\$ 21.281,34		
31/10/2014	PROV. MES DE OCTUBRE-14			\$ 21.281,34		
31/10/2014	PROV. MES DE OCTUBRE-14					\$ 21.281,34
14/11/2014	CERTIFICADO	00168942	001-011-000007766	176816953000* AGEN. NAC. DE REGUL. CONTROL VIG	\$ 714,72	
30/11/2014	PROV. REGISTRO MARCA SIA NOV.			\$ 7.247,66		
08/12/2014	CERIFICADO	00169717	001-011-000009291	176816953000* AGEN. NAC. DE REGUL. CONTROL VIG	\$ 714,72	
09/12/2014	CERTIFICADO REGISTRO DE MARCAS	00169923	001-011-000009502	176816953000* AGEN. NAC. DE REGUL. CONTROL VIG	\$ 142,94	
09/12/2014	CERTIFICADO REGISTRO DE MARCAS	00169924	001-011-000009501	176816953000* AGEN. NAC. DE REGUL. CONTROL VIG	\$ 142,94	
09/12/2014	CERTIFICADO REGISTRO DE MARCAS	00169926	001-011-000009500	176816953000* AGEN. NAC. DE REGUL. CONTROL VIG	\$ 142,94	
15/12/2014	CERTIFICADO	00170477	001-011-000009966	176816953000* AGEN. NAC. DE REGUL. CONTROL VIG	\$ 71,47	
15/12/2014	CERTIFICAD TASA ATUN CON FIDEO	00170478	001-011-000009967	176816953000* AGEN. NAC. DE REGUL. CONTROL VIG	\$ 714,72	
15/12/2014	CERTIFICAD. LOMOS ATUN VEGETAL	00170479	001-011-000009965	176816953000* AGEN. NAC. DE REGUL. CONTROL VIG	\$ 142,94	
18/12/2014	CERTIFICADO	00171369	001-011-000010341	176816953000* AGEN. NAC. DE REGUL. CONTROL VIG	\$ 714,72	
22/12/2014	SERV.CERTIFICADO MARCAS	00170938	001-011-000010576	176816953000* AGEN. NAC. DE REGUL. CONTROL VIG	\$ 714,72	
31/12/2014	REGALIAS POR LICENCIA 2014	00171259	000-000-001450859	A.48.434781 SALICA, INDUSTRIA ALIMENTARIA, S.A	\$ 32.441,44	
31/12/2014	REG. MARCAS DIC-14			\$ 872,73		
Entradas: 11				Cambio neto	Saldo final	
				Diciembre Subtotales:	\$ 36.816,28	\$ 109.543,11
				Totales:	\$ 109.543,11	\$ 109.543,11
Cuenta: 52101-85-0/6-1					\$ 190.800,42	\$ 81.257,31

Cuentas	Saldo inicial	Cambio neto	Saldo final	Débito	Crédito
Grandes totales:	1	\$ 0,00	\$ 109.543,11	\$ 190.800,42	\$ 81.257,31

3.2 Método

Cuando hablamos de los activos intangibles de una empresa, debemos referirnos a activos que pueden ser identificados de manera sencilla, la factura emitida finalmente por la empresa SALICA INDUSTRIA ALIMENTARIA, llega bajo el concepto de Regalía, ya que ellos recibirán anualmente un valor monetario por ser los dueños de la marca y ceder los derechos a una tercera entidad.

Una entidad será la encargada de controlar el activo intangible siempre y cuando posea el poder de conseguir beneficios económicos futuros que resulten de los recursos que subyacen en el mismo, y además pueda restringir el acceso de otras personas a tales beneficios.

La palabra “marca” por lo general suele ser utilizado o considerado como sinónimo de marca registrada. Salica reconocerá como activo individual la marca campos ya que pertenece a un grupo de activos intangibles, ya que a lo largo de este trabajo no se había considerado también como activo intangible la receta y la tecnología adquirida para la producción de este nuevo producto. Roberto Mantilla Molina, Derecho Mercantil

La adquisición de esta marca, fue mediante una combinación de negocios, que pese a que pertenecen a un mismo grupo y comparten actividades, son 2 empresas que pertenecen a un Grupo, es por esto que se hace una provisión mensual, sin embargo mes a mes queda la incertidumbre por que si bien es cierto, estos valores son solo estimaciones de lo que “debería” ser registrado, finalmente se realiza un ajuste por el valor provisionado durante los 12 meses del año vs la factura que es emitida.

La contabilidad financiera presta poca atención a los activos intangibles o a la creación del futuro valor para el accionista. La Cuenta de Resultados

resume el rendimiento histórico de la sociedad, y el Balance de Situación describe su activo neto (a menudo esencialmente material).

Tampoco ayuda a conocer el potencial de futuros beneficios. Por ello, el balance de situación con frecuencia se parece poco a la valoración de mercado (Oppenheim, 1998). Por ejemplo, menos del 10% del valor de mercado de la Coca-Cola aparece en su balance de situación. En los círculos contables financieros cada vez está más aceptado que el valor de las empresas se base principalmente en los activos intangibles (Guthrie, 2001). La profesión reconoce que actualmente los activos intangibles son los que colaboran en mayor medida a la creación de valor para el accionista. Tal y como se ha comentado, la normativa contable actual no refleja esta realidad. Además, existen límites a la medida en que la información financiera pueda cambiar su postura, ya que tiene otras responsabilidades importantes.

La comunidad inversora financiera también pide una nueva valoración de las técnicas contables aplicadas a estos impulsores de creación de valor (Holland, 2003). Por ejemplo, se ha afirmado que «el dinero inteligente invierte en activo intangible» pero que la mayoría de informes financieros no dan ninguna información que sea útil para esos sagaces inversores.

3.3 Beneficios a Futuro

Sin duda alguna los beneficios a futuro que nos brindan los activos intangibles son los mayores ingresos provenientes de la comercialización de los productos o servicios, los ahorros en el costo y otros intereses diferentes que provienen del uso del activo por parte de la empresa.

Es así como campos, con su comercialización nacional, proporciona a la empresa ingresos económicos, además de que esta marca ayudo a conocer

la empresa que anteriormente solo se dedicaba al procesamiento y exportación de marcas privadas.

La mayor competencia de Salica del Ecuador, es Negocios Industriales Real S.A. (NIRSA), sin embargo al adquirir este activo intangible la empresa logro hacer distinción, porque aparte de ser un producto de muy buena calidad, con esta marca se logra hacer distinción ante otras marcas, por ser reconocida internacionalmente y tener muy buena acogida en otros países.

3.4 Determinación del valor razonable de un activo intangible adquirido en una combinación de negocios

Salica del Ecuador al realizar la provisión mensual de la licencia de marca está cumpliendo con lo indicado en los párrafos 40 y 41 de la Norma Internacional de Información Financiera:

1. De ser el caso que no existiera un mercado activo para un activo intangible, el valor razonable será el costo que la empresa haya pagado por la adquisición del bien, en la transacción realizada entre el comprador y vendedor interesado donde debieron haber sido oportunamente informados acerca de la independencia mutua, considerando la mejor información disponible. Para determinar este importe, la entidad considerará las transacciones recientes con activos similares (Párrafo 40, NIIF 2004).
 - a) Las empresas que se ven involucradas en la compra de activos intangibles constantemente, desarrollan técnicas de estimación de valores razonables. Estas técnicas pueden emplearse para la valoración inicial de un activo intangible adquirido en una combinación de negocios, si su objetivo es estimar el valor razonable y si reflejan las transacciones y prácticas corrientes en el sector al que pertenece dicho activo. (Párrafo 41, NIIF 2004)

CAPÍTULO IV

4 VIDA UTIL ACTIVOS INTANGIBLES

4.1 *Vida útil del activo*

Al hablar de vida útil de un activo intangible se nos viene a la mente que se trata del periodo durante el cual se espera utilizar el activo por parte de la empresa o; la cantidad de unidades que se espera obtener de una producción por parte de la entidad.

Es la empresa la llamada a determinar si la puede considerar la vida útil de un activo intangible como finita o infinita, de ser el caso que la empresa lo determine como finita, deberá ser evaluado su duración o sus unidades de producción lo cual va a constituir su vida útil.

Si la empresa determina que la vida útil del activo intangible es indefinida, ya que luego de sobrepasar un análisis que incluye todos los factores relevantes, y se espera que el activo genere entradas de flujos netos a la entidad a lo largo de su vida útil.

Cuando un activo intangible tiene su origen de un derecho contractual o de algún tipo legal, su vida útil no será mayor a los años señalados en el contrato, pero puede darse el caso que sea menor, por lo que los activos adquiridos de esta manera tendrán vida útil finita.

Este es el caso de nuestra empresa analizada, ya que la adquisición del activo intangible marca campos, fue mediante un contrato, para la empresa esta marca está considerada con una vida útil finita, ya que en el contrato se indica fecha de caducidad y cada 5 años existe renovación de contrato, así como también esta como cláusula que la empresa dueña de la marca emitirá anualmente una factura por derecho de marca.

Existen 2 tipos de vida útil de un activo intangible, las cuales pueden ser:

- ✓ Activos Intangibles con vidas Útiles finitas
- ✓ Activos Intangibles con vidas Útiles Indefinidas

4.2 Activos intangibles con vidas útiles finitas

En este tipo de vida útil de un activo intangible, su importe amortizable se ira distribuyendo sobre una base sistemática durante toda su vida útil. Conocemos como importe amortizable al costo del activo o el costo que lo haya suplantado, menos su valor residual.

La amortización del activo se iniciaría una vez que la entidad considere que el activo cumple con todos los requerimientos del negocio, logrando de esta manera poder iniciar su utilización cumpliendo las expectativas de la gerencia.

Por ejemplo en el caso de Salica del Ecuador, este activo se comenzó a amortizar a partir del primer mes de comercialización de la marca, cumpliendo así con una de sus características, generando ingresos económicos, como ya antes lo mencionamos la empresa recibe únicamente una factura el contrato que se mantiene se renueva cada 5 años, y mensualmente se hace una provisión estimada del valor que debe ser asignado al mes.

Dependiendo del método de amortización que se utilice este reflejara la pauta de consumo que la entidad está esperando, de los beneficios económicos que serán adquiridos gracias al activo. De ser el caso que este valor no vaya a poder ser estimado de la manera más fiable, se optara por el método lineal de Amortización

Cuando la vida útil de un activo intangible es infinita el periodo en conjunto con el método de amortización, se revisaran como mínimo, al final de cada periodo. De existir el caso que la nueva vida útil difiera de las estimaciones anteriores, para poder reflejar la variación se debe de cambiar el periodo de amortización. Si se llega a experimentar un cambio en el patrón esperado de generación de beneficios económicos futuros por parte del activo, el método de amortización se modificará para reflejar estos cambios. Las modificaciones en el periodo y en el método de amortización, tendrán efectos los cuales deberán ser tratados bajo lo establecido en la NIC 8 Políticas Contables, Cambios en las Estimaciones Contables y Errores.

4.3 Activos intangibles con vidas útiles indefinidas

Cuando la vida útil de un activo intangible es identificada como indefinida, este no se amortizara, ya que de acuerdo a lo establecido en le NIC36, es la empresa que comprobara si un activo intangible ha sufrido algún tipo de perdida por deterior del valor, realizando comparaciones entre el importe recuperable con su importe en libros (a) anualmente, y (b) en cualquier momento en el que exista un indicio de que el activo puede haber deteriorado su valor.

De ser el caso que la vida útil de un activo intangible no se está amortizando, cada periodo se deberá realizar una revisión para de esta manera determinar si existen hecho y circunstancias que den oportunidad a continuar manteniendo el concepto de vida útil indefinida para este tipo de activos. Si por el contrario, no llegan a existir estas circunstancias, se contabilizara como un cambio en una estimación contable, de acuerdo con la NIC 8, el cambio en la vida útil de indefinida a finita.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

Luego de realizar toda la investigación acerca de los activos Intangibles determinar su concepto, su objetivo, alcance y aplicación, situaciones en la que aplica o no la Norma, su vida útil entre ciertos conceptos más, llegando de esta manera a las siguientes conclusiones:

- Salica del Ecuador hará uso de la marca campos a nivel nacional, la cual es una Marca de Salica Industria alimentaria, pero para su comercialización debe de adquirir un activo intangible como lo es su marca, este cumple con el concepto ya que gracias a su gran prestigio y calidad ayudara a la empresa a tener ingresos mayores en tiempo futuro.
- Esta adquisición generara a futuro mayores ingresos para la empresa, ya que como pudimos haber revisado en la investigación Salica es una empresa exportadora, pero debido a todos los aranceles que hoy en día se debe pagar por un exportación el precio del producto sube, por lo que las ventas para Europa han bajado, sin embargo el adquirir esta marca ha ayudado mucho en la economía de la empresa.
- La vida útil de este activo intangible es indefinida, pese a que la empresa mantiene un contrato para el uso de la marca, este es constantemente renovado, se cuenta con la plena seguridad que este

contrato no vencerá porque pese a que son 2 empresas con nombres distintos pertenecen al mismo Grupo Empresarial Albacora..

- Finalmente la manera de registro del registro de marca, este se realizara sobre el 2% de las ventas totales del mercado local marca campos, así como también se realizará un ajuste anual por el valor que se está facturando vs los provisionado en el mes de diciembre..

RECOMENDACIONES

Se establecen las siguientes recomendaciones en la contabilización del Registro de Marca

- Pese a que Salica del Ecuador, realiza una provisión mensual, los valores que se están provisionando no son los correctos, al final del año es cuando emiten la factura, sin embargo al momento de realizar el ajuste por la diferencia, este valor no es distribuido de la manera correcta ya que se registra el valor en un solo mes es decir al 100% en el mes de diciembre,, dejando registrados valores errados por mala provisión en los 11 meses anteriores y mucho más errado en el mes de Diciembre.
- Se debe de mantener siempre un control de los registros realizados en esta cuenta, si la provisión del registro de marca se realiza considerando las ventas, en el momento en que se realice el margen de contribución siempre se debe de mantener identificadas las marcas de los productos, pero sobre todo se debe de mantener identificado el mercado, porque recordemos que la provisión es solo sobre mercado local ya que Salica realiza exportaciones para Europa de marca Campos.

BIBLIOGRAFÍA

Euro Forum (1998), El concepto del Capital Intelectual y sus dimensiones, Investigaciones Europeas, Vol. 13, N°2,2007, pp. 97-111

Leandro Cañibao Calvo (2002), Teoría actual de la contabilidad pp. 19

NIIF 38 (1998), Activos Intangibles pp. 2-12

Rafael de Pina Vara (2013), Sistematización del Derecho Procesal Mercantil a través de la Creación de un Código de Procedimientos Mercantiles pp. 20-27

Richard L. Sandhusen (2002), Mercadotecnia, pp 19-25

Roberto Mantilla Molina (2013), Derecho Mercantil pp. 105-126

Sebastián Sotomayor González, La Relevancia Valorativa de los activos intangibles y los valores tecnológicos europeos, pp. 36-42

Document [TRABAJO PRACTICO DE TITULACION-FERNANDA SALAMEA.doc](#) (D18198932)

Submitted 2016-02-26 09:50 (-05:00)

Submitted by linda_evel21@hotmail.com

Receiver linda.yong.ucsg@analysis.orkund.com

Message Salamea [Show full message](#)

2% of this approx. 15 pages long document consists of text present in 5 sources.

List of sources

Blocks

Rank	Path/File name
1	http://www.normasinternacionalesdecontabilidad.es/nic/pdf/NIC38.pdf
2	OPTATIVA II-NIC 38.docx
3	TESIS STEFANIE ALBARRACIN .pdf
4	TESIS ALBARRACIN.doc
5	http://www.accid.org/revista/documents/tendencias_castellano_085-100.pdf
6	MERCY PALAGUACHI SANCHEZ.doc
7	http://myslide.es/documents/1ra-entrega-proyecto-contabilidad-activos.html



UNIVERSIDAD CATÓLICA

SANTIAGO DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

TRABAJO PRÁCTICO DE TITULACIÓN MEDIANTE EXAMEN COMPLEXIVO: ANALISIS Y CONTABILIZACION DE LA MARCA CAMPOS DE LA EMPRESA SALICA DEL ECUADOR (ACTIVO INTANGIBLE) AUTORA: SALAMEA GIRALDO FERNANDA CAROLINA IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO: INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA TUTOR: CPA LINDA YONG.

Guayaquil, Ecuador

UNIVERSIDAD CATÓLICA

SANTIAGO DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

CERTIFICACIÓN Certificamos

que el presente Trabajo Práctico de Titulación mediante Examen Complexivo

fue realizado en su totalidad por Fernanda Carolina Salamea Giraldo, como requerimiento parcial para la obtención

del Título

de Ingeniera en Contabilidad y Auditoria. TUTOR _____ CPA Linda Yong. DIRECTORA (e) DE LA CARRERA

_____ Ing. Jacinto Humberto Mancero Mosquera,

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Salamea Giraldo Fernanda Carolina, con C.C: # 0922752209 autor/a del trabajo de titulación: Valoración y Presentación de la Marca Campos de la empresa Salica del Ecuador previo a la obtención del título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA** 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, marzo del 2016

f.



Nombre: Salamea Giraldo Fernanda Carolina
C.C: 0922752209

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN		
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Valoración y Presentación de la Marca Campos de la empresa	
Salica del Ecuador		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Salamea Giraldo Fernanda Carolina	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Yong Amaya Linda Evelin	
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas	
CARRERA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría	
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	marzo del 2016	No. DE PÁGINAS: 35
ÁREAS TEMÁTICAS:	Registro de Marca, Aplicación de NIIF 38	
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	REGISTRO DE MARCA, PATENTE, NIIF, VIDA UTIL	
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):		
<p>Dentro del estudio de los términos contables, muy poco se da conocer sobre los activos intangibles, ya que son identificados como activos que no poseen apariencia física, pero que aportan de manera muy significativa beneficios económicos para el incremento del patrimonio de la entidad a la que pertenece, existió la necesidad de analizar e investigar acerca de este activo intangible adquirido por la Empresa SALICA DEL ECUADOR, para de esta manera lograr analizar si el registro que se está realizando, se lo está efectuando bajo la normativa de la NIIF 38, la cual nos muestra el correcto registro que se le debe dar a un activo intangible al momento de contabilización.</p> <p>Al adquirir la marca Campos, Salica del Ecuador adquiere un grupo de activos intangibles, ya que la marca viene acompañado de la asistencia técnica, la cual indica que será entregado también sus conocimientos, experiencia, relaciones comerciales y cartera de clientes, aunque contablemente solo será reflejado el Registro de Marca</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0999986974	E-mail: linda.yong@cu.ucsg.edu.ec / linda_evel21@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN: COORDINADOR DEL PROCESO DE UTE	Nombre: Traverso Holguín Paola	
	Teléfono: +593-4-3704160 / 0999406190	
	E-mail: paola.traverso@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):	