



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Licenciada en
Contabilidad y Auditoría**

Tema:

**“Valoración económica de la rosa como un activo intangible del sector florícola
de Latacunga”**

Autora: Criollo Tasinchana, Mayra Avigail

Tutor: Dr. Díaz Córdova, Jaime Fabián

Ambato-Ecuador

2023

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dr. Jaime Fabian Díaz Córdova con cédula de ciudadanía No. 180297181 – 0, en mi calidad de tutor del proyecto de investigación sobre el tema: **“VALORACIÓN ECONÓMICA DE LA ROSA COMO UN ACTIVO INTANGIBLE DEL SECTOR FLORÍCOLA DE LATACUNGA”**, desarrollado por Mayra Avigail Criollo Tasinchana, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Agosto 2023

TUTOR



.....
Dr. Jaime Fabián Díaz Córdova

C.C 180297181 – 0

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Mayra Avigail Criollo Tasinchana con cédula de ciudadanía No. 055055478 – 6, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto de investigación, bajo el tema: **“VALORACIÓN ECONÓMICA DE LA ROSA COMO UN ACTIVO INTANGIBLE DEL SECTOR FLORÍCOLA DE LATACUNGA”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Agosto 2023

AUTORA



.....
Mayra Avigail Criollo Tasinchana

C.C. 055055478 – 6

CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Agosto 2023

AUTORA



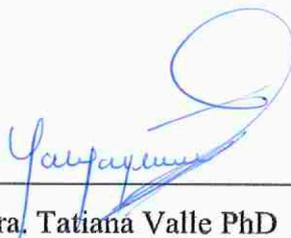
.....
Mayra Avigail Criollo Tasinchana

C.C. 055055478 – 6

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el proyecto de investigación, sobre el tema: “VALORACIÓN ECONÓMICA DE LA ROSA COMO UN ACTIVO INTANGIBLE DEL SECTOR FLORÍCOLA DE LATACUNGA”, elaborado por Mayra Avigail Criollo Tasinchana, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Agosto 2023



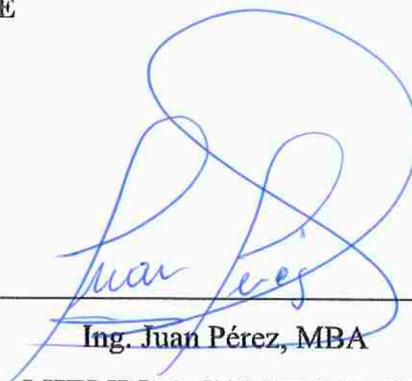
Dra. Tatiana Valle PhD

PRESIDENTE



Econ. Álvaro Vayas

MIEMBRO CALIFICADOR



Ing. Juan Pérez, MBA

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

A mi madre Ana María Tasinchana por ser mi ejemplo de lucha y constancia, por ser el pilar fundamental en mi vida y siempre demostrarme que por más difícil que sea la situación siempre se puede seguir adelante.

A mi hermano y hermanas Luis, Sandra, Valeria y Estefania por el apoyo y consejos a lo largo de mi carrera, por demostrarme con su ejemplo que los obstáculos no nos impiden llegar a nuestro objetivo.

A mi enamorado Diego Tigre por estar siempre que lo necesite, por comprenderme y por todas las palabras de ánimo para no desmayar en mi objetivo.

Mayra Avigail Criollo Tasinchana

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado la sabiduría y fortaleza de no declinar, por haberme permitido disfrutar de varios momentos hermosos en mi vida.

A la Universidad Técnica de Ambato y a la facultad de Contabilidad y Auditoría por todos los conocimientos y aprendizajes adquiridos para formarme como una profesional.

De manera especial a mi tutor Dr. Jaime Díaz, por su importante guía para concluir este trabajo. Gracias por su apoyo

Mayra Avigail Criollo Tasinchana

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA: “VALORACIÓN ECONÓMICA DE LA ROSA COMO UN ACTIVO INTANGIBLE DEL SECTOR FLORÍCOLA DE LATACUNGA”

AUTORA: Mayra Avigail Criollo Tasinchana

TUTOR: Dr. Jaime Fabián Díaz Córdova

FECHA: Agosto 2023

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de investigación busca la valoración económica de la rosa como un activo intangible del sector florícola de Latacunga mediante la utilización del método de flujo de caja descontado. Para lo que emplea un estudio descriptivo, con enfoque cualitativo respaldado por fichas de observación documental con el objeto de analizar el comportamiento histórico-financiero de los ingresos proyectados de las empresas de estudio. A través de la metodología aplicada se procedió a la elaboración de cálculos y proyecciones financieras basadas en los ingresos de los establecimientos. Finalmente se evidencio la denominación bajo la cual se pudo valorar a la rosa, además de obtener el valor económico para un periodo de diez años y una propuesta del registro contable para dicho activo lo que contribuye al sector florícola como referente para futuras decisiones administrativas o financieras.

PALABRAS DESCRIPTORAS: FLORICULTURA, ROSA, MARCA, VALORACIÓN.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING
ACCOUNTING AND AUDITING CAREER

TOPIC: “ECONOMIC VALUATION OF THE ROSE AS AN INTANGIBLE ASSET OF THE LATACUNGA FLORICULTURE SECTOR”.

AUTHOR: Mayra Avigail Criollo Tasinchana

TUTOR: Dr. Jaime Fabián Díaz Córdova

DATE: August 2023

ABSTRACT

The research project seeks the economic valuation of the rose as an intangible asset of the floricultural sector of Latacunga through the use of the discounted cash flow method. It uses a descriptive study, with a qualitative approach supported by documentary observation sheets in order to analyze the historical-financial behavior of the projected income of the companies under study. Through the methodology applied, calculations and financial projections were made based on the income of the establishments. Finally, the denomination under which the rose could be valued was evidenced, in addition to obtaining the economic value for a period of ten years and a proposal of the accounting record for said asset, which contributes to the floricultural sector as a reference for future administrative or financial decisions.

KEYWORDS: FLORICULTURE, ROSE, BRAND, VALUATION.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiv
CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Descripción del problema.....	1
1.2 Justificación.....	2
1.2.1 Justificación teórica, metodológica y práctica.....	2
1.2.2 Formulación de la pregunta de investigación.....	4
1.3 Objetivos.....	4
1.3.1 Objetivo general.....	4
1.3.2 Objetivos específicos.....	4
CAPÍTULO II.....	5
MARCO TEÓRICO.....	5
2.1 Revisión de literatura.....	5
2.1.1 Antecedentes investigativos.....	5
2.1.2 Fundamentos teóricos.....	10
2.1.2.1 Teoría de la ventaja competitiva aplicada a los activos intangibles.....	10
2.1.2.2 Activos intangibles, la nueva riqueza empresarial.....	11

2.1.2.3	Clasificación de los activos intangibles	12
2.1.2.4	Activos intangibles en la naturaleza.....	13
2.1.2.5	La propiedad intelectual.....	14
2.1.2.6	Indicación geográfica (IG), el origen de los productos.....	15
2.1.2.8	Situación actual de las denominaciones de origen.....	16
2.1.2.9	Marca como activo intangible.....	18
2.1.2.10	Protección sobre las marcas	19
2.1.2.11	Asociación de productores y exportador de flores	20
2.1.2.12	Certificación y marca Flor Ecuador	20
2.1.2.13	Pago de regalías, derechos, patentes en Ecuador	21
2.1.2.14	Métodos de valoración de activos intangibles.....	21
2.1.2.15	Valoración de activos intangibles por el método FCD.....	22
2.1.2.16	Sector florícola	23
2.1.2.17	Breve reseña de la floricultura en el Ecuador.....	24
2.1.2.18	Análisis de la industria florícola.....	25
2.1.2.20	Exportaciones de rosas ecuatorianas	27
2.1.2.21	Oferta de rosa certificada por fincas ecuatorianas.....	28
2.1.2.22	Principales mercados consumidores.....	30
2.1.2.23	Ventajas comparativas y competitivas de la rosa del Ecuador.....	30
2.1.2.24	Análisis del mercado mundial de rosas	31
CAPÍTULO III.....		34
METODOLOGÍA		34
3.1	Recolección de la información	34
3.1.1	Población, muestra.....	34
3.1.1.1	Población.....	34
3.1.1.2	Muestra.....	34
3.1.2	Fuentes secundarias	35
3.1.3	Instrumentos y métodos para recolectar información.....	35
3.2	Tratamiento de la Información	36
3.3	Operacionalización	38
CAPÍTULO IV		39
RESULTADOS.....		39
4.1	Resultados y discusión	39

4.2	Fundamentación de las preguntas de investigación.....	50
CAPITULO V.....		51
CONCLUSIONES.....		51
5.1	Conclusiones	51
5.2	Limitaciones de estudio.....	52
5.3	Futuras temáticas de investigación.....	52
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		53
ANEXOS.....		58

ÍNDICE DE TABLAS

COTENIDO	PÁGINA
Tabla 1 Ranking de empresas con mayor porcentaje de activos intangibles	6
Tabla 2 Clasificación de los Activos Intangibles	13
Tabla 3 Denominaciones de origen a nivel mundial	17
Tabla 4 Empresas exportadoras de rosas.....	27
Tabla 5 Principales variedades exportadoras	28
Tabla 6 Principales mercados internacionales (enero-marzo 2023).....	30
Tabla 7 Especies ecuatorianas exportadas a nivel mundial.....	32
Tabla 8 Población de la investigación.....	34
Tabla 9 Operacionalización de variables	38
Tabla 10 Check List. NIC 38	40
Tabla 11 Florícolas del cantón Latacunga	41
Tabla 12 Balance General Florícolas de Latacunga.....	42
Tabla 13 Estado de Resultados florícolas Latacunga.....	43
Tabla 14 Flujo de caja florícolas Latacunga	43
Tabla 15 Proyección de ingresos 2023 - 2032	44
Tabla 16 Proyección Costo de producción y ventas 2023 – 2032	45
Tabla 17 Proyección Gastos 2023 – 2032.....	45
Tabla 18 Flujo de caja proyectado	46
Tabla 19 Cálculo de tasa de descuento – WACC.....	47
Tabla 20 Cálculo de valor de la marca empresarial.....	48
Tabla 21 Asiento contable propuesto	49
Tabla 22 Anexo 1. Balance General de las empresas del sector florícola (resumido)	58
Tabla 23 Estado de Resultados del sector florícola Latacunga (resumido)	60

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

COTENIDO	PÁGINA
Ilustración 1 Concepto de Activo Intangible.....	12
Ilustración 2 Reconocimiento de los Activos Intangibles	12
Ilustración 3 Tipos de Propiedad Intelectual	14
Ilustración 4 Valor de Activos Intangibles	15
Ilustración 5 Métodos de valoración de activos intangibles.....	22
Ilustración 6 Exportación de flores en 2022 hasta marzo 2023.....	28
Ilustración 7 Fórmula WACC	46

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Descripción del problema

El sector florícola es uno de los sectores económicos-productivos más importantes dentro de la región Latinoamericana. En el Ecuador, la producción florícola ha representado uno de los rubros más importantes de exportación en los últimos 10 años con una participación del 0.83% del PIB nacional. Acorde a Gómez y Egas (2014), el posicionamiento de la flor del Ecuador en mercados internacionales como el Europeo, radica en las características propias de la rosa cultivada en el país.

Ecuador es actualmente el segundo exportador de rosas a nivel mundial después de Países Bajos, con exportaciones de 25000 toneladas de flores en su pico más alto (mes de Febrero - San Valentín) que representan un ingreso de 638 millones para el país en su mejor escenario. Alrededor del 67% de la producción de flores de corte del país corresponde a la especie de rosas. Este cultivo comprendió 4.390 hectáreas dando como resultado 3.799,94 millones de tallos aptos para el corte y de gran calidad.

Las provincias con mayor producción de rosas en el Ecuador son Pichincha, Cotopaxi y Carchi. Después de Pichincha, la provincia de Cotopaxi es la segunda mayor exportadora de rosas del país con 4.235 ha, en donde se siembran diferentes variedades de rosa (Martinez, 2013). En cada una de las provincias el cultivo de rosas es susceptible de diferentes amenazas de carácter ecológico-climático (condiciones de suelo, plagas, enfermedades, condiciones ambientales) o de comercio (disminución en exportaciones, crisis sanitarias, conflictos en países). Los primeros pueden disminuir significativamente la producción florícola a nivel local y los segundos además de la producción, también impactan negativamente en el sector a nivel provincial y nacional.

Las fincas florícolas de las provincias más productivas del país han podido salir adelante en sus producciones a pesar la crisis económica causada por el Covid-19 a nivel mundial. En el 2020 disminuyó la producción en un 1.08% (4930 ha) respecto al 2019 (4984 ha) pero se evidenció un aumento en 28,4% en 2021 respecto al 2019. Esta recuperación obedeció a un aumento de ventas y exportaciones principalmente al

mercado norteamericano (43%) que no permitió que se afectara el sector. Concretamente en las empresas florícolas de la ciudad de Latacunga sus producciones no se vieron afectadas significativamente a pesar de ser golpeadas por el confinamiento debido a que cubren en conjunto el 50% de empresas a nivel nacional y esto les permite tener una demanda continua en el mercado internacional.

A pesar de que la actividad florícola como sector, se encuentra bien posicionada en el mercado tanto nacional como internacional, no se han realizado estudios enfocados en valorar a su elemento principal -la rosa- como un producto intangible para las empresas florícolas. Es decir, a pesar de que es un activo físico que se puede observar dentro de las fincas florícolas y que producen bienes tangibles (monetarios) producto de su actividad, es complejo darle un valor (económico) a la rosa como tal y que puedan ser percibidos físicamente.

Para los activos intangibles existe una Norma Internacional de Contabilidad (NIC), que es la NIC 38. Esta norma prescribe el tratamiento contable de los activos intangibles que no estén contemplados en otras normas (del NIC 1 al NIC40), y requiere que las entidades reconozcan un activo intangible si cumplen con ciertos criterios. Según esta norma, un activo intangible se define como un activo identificable de carácter no monetario y sin apariencia física. A pesar de que la rosa como tal, cumple como activo no monetario, la misma tiene apariencia física y se puede observar y tocar, por lo que no estaría cumpliendo con el carácter de ausencia de apariencia física.

1.2 Justificación

1.2.1 Justificación teórica, metodológica y práctica

La investigación se justifica teóricamente ya que se cuenta con el suficiente soporte teórico de estudios a ser incorporados tanto en los antecedentes investigativos como en la fundamentación teórica. La justificación teórica parte de la base que los servicios que ofrece la naturaleza deben valorarse debido a sus beneficios económicos que generan en las personas que la utilizan (Zapata, 2021). Si se desea entender la transformación de la sociedad para un futuro sostenible a través de la utilización

racional de los recursos naturales, es necesario valorarlos (económicamente) para mejorar la calidad de vida del ser humano (De-la Peña et al., 2020; Leff, 2022).

A nivel metodológico se justifica ya que se sustenta en métodos actuales en valoraciones de activos intangibles a nivel internacional como lo son los métodos multicriterio que representan técnicas de apoyo para mejorar la toma de decisiones respecto a un activo. En este sentido, se brindan una forma realista de abordar problemas de decisión complejos ya que permite analizar factores cuantitativos y cualitativos de una diversidad de factores (Toscano et al., 2013). Uno de los métodos empleados para organizar de forma eficiente y gráfica de la problemática del estudio el método de flujo de caja descontado (Cano, 2018).

Este último método es el que se aplica en la investigación dado que es una técnica de presupuesto de capital que determina el valor actual de un proyecto, activo, inversión o negocio en función de los ingresos potenciales que generará en el futuro (Muñoz, 2019). El objetivo principal frente a otros métodos es, utilizar una tasa de descuento para llevar el flujo de efectivo proyectado al valor presente (Zambrano, 2019). De esta forma, el indicador permite evaluar de manera precisa el potencial de una inversión, así como sus riesgos y potencial de retorno (López, 2022).

A nivel práctico, esta investigación contribuirá a los gerentes dueños de empresas florícolas de la ciudad de Latacunga para mejorar la gestión de las empresas a través del reconocimiento y medición de activos intangibles relevantes económicamente, evaluación de estrategias y orientación en las decisiones de índole financiero. Adicionalmente, una adecuada valoración económica de un activo intangible contribuye a tener claridad de las características propias del producto y aprovecharlo como una ventaja competitiva. La realización del trabajo de investigación permite valorar a la rosa latacungueña como un activo intangible, diferenciándose de otros estudios por valorar económicamente una denominación de origen enfocado netamente en la flor. Además de que sirve como referente para varias empresas del sector florícola a nivel provincial y nacional.

1.2.2 Formulación de la pregunta de investigación

¿De qué manera valorar económicamente la rosa como un activo intangible incide en el sector florícola de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

- Determinar la valoración económica de la rosa como un activo intangible del sector florícola de Latacunga

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar la rosa latacungueña que califica como un activo intangible en concordancia con la NIC 38.
- Calcular el valor económico de la rosa aplicando el modelo de flujo de caja descontado.
- Proponer el registro contable de la valoración de la rosa para el sector florícola de Latacunga.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Revisión de literatura

2.1.1 Antecedentes investigativos

2.1.1.1 Valoración económica de la rosa

De acuerdo con la literatura consultada tanto a nivel internacional como nacional no se reportan estudios e investigaciones que aborden específicamente sobre la valoración económica de la rosa como un activo intangible. Sin embargo, a continuación, se mencionan y describen estudios que se han hecho, por un lado, respecto a la valoración económica de la rosa, y, por otro lado, a activos intangibles del sector florícola.

En la investigación realizada por Castiblanco (2020) al hablar de una valoración económica se entiende como una asignación de valores cuantitativos a los bienes, atributos y servicios originados de recursos naturales y el medio ambiente. Si bien es cierto una valoración económica está ligada a dichos activos sin considerar si estos son o no demandados. De la misma forma Raffo (2015) menciona que es importante darle un valor económico a los bienes y servicios ambientales. Es decir, realizar tasaciones a recursos que muchas de las veces no son considerados de relevancia en el mercado. Así como Castiblanco menciona que se realizan mediciones sean o no demandadas, Raffo a través de su investigación explica que varios recursos ambientales son necesarios y contribuyen al buen desarrollo y rendimiento sin la necesidad de tener un mercado como por ejemplo un aire de calidad. Mejor dicho todos los recursos usados para la obtención de un producto final son necesarios e importantes por lo que su valoración es necesaria.

A través de la revisión de literatura, los estudios de valoración económica de la rosa a nivel nacional e internacional son escasos. El único estudio relativamente relacionado es el de Quiroga y Blasquiz (2019) en Argentina, quienes examinaron brevemente el impacto de la industria de la rosa en la ciudad de Bariloche y sus alrededores, enfocándose en particular en el valor social-económico de la planta y las bases tecnológicas de sus diversos eslabones productivos.

Los autores infieren que todos los subproductos de la Rosa, incluyendo cáscara, semillas y aceites, así como aquellos bienes de mayor valor agregado utilizados como ingredientes en la industria alimenticia y cosmética, tienen mercado potencial mucho más grande de lo que es ahora. Sin embargo, actualmente existe un factor que impide que esta cadena de valor tenga un mayor impacto socioeconómico. Esta valoración ambivalente pesa sobre la planta, lo que incide en que la recaudación sea una actividad poco visible, caracterizada por un alto grado de informalidad y una baja intensidad en el uso de tecnologías.

2.1.1.2 Relevancia valorativa de los activos intangibles

Actualmente, en el mundo entero los activos intangibles han cobrado importancia incluso más que los tangibles (Suárez, Romero, Mauri, Llanes y Gutiérrez, 2020). Esto se debe a que en la NIC 38 (2017) se propone la contabilización de los mismos a través de un valor razonable. Según varios autores como (Pérez y Tangarife 2013; Ficco 2019; Álvarez 2019) los activos intangibles son la mayor fuente de riqueza económica en la actualidad.

Según la (OMPI, 2022) Estados Unidos y China son los países cuyas empresas poseen la mayor cantidad de activos intangibles con respecto a los demás. En el año 2021 las empresas pertenecientes al sector financiero, específicamente las dedicadas a la cotización en la bolsa alcanzaron los \$74 billones de dólares únicamente de activos intangibles. A continuación se muestra el ranking de intensidad de activos intangibles en diferentes países:

Tabla 1 Ranking de empresas con mayor porcentaje de activos intangibles

Ranking	País	Intensidad de los activos intangibles	Empresa con mayor cantidad de activos
1	Estados Unidos	93%	Microsoft (Software)
2	Países bajos	92%	Ayden (Tecnología Financiera)
3	Francia	92%	LVMH (Lujo)
4	Reino Unido	91%	Unilever (Bien de consumo)
5	Irlanda	87%	Medtronic (Tecnología médica)

Elaborado por: Criollo (2023)

Fuente: OMPI (2022).

Es importante mencionar que las empresas que presentan mayor concentración de activos intangibles provienen de diversos sectores, como se puede apreciar en la tabla 1, el sector de las TIC es el más rico en activos intangibles, asimismo están presentes sectores como el comercio electrónico, bienes de lujo y en menores cantidades se puede encontrar el sector automovilístico y los bancos.

Por otro lado Aduana (2022) identifica al capital intelectual como el activo intangible con mayor presencia en las organizaciones. Pues el éxito de las organizaciones se debe a la gestión eficaz del capital. Así mismo el capital está conformado por una serie de factores intangibles que si se emplean de forma estratégica en un futuro ayudará a la empresa en el campo competitivo además de contribuir a una toma de decisiones acertada (Morales, Jacobo, Ochoa y Ibarra, 2019).

2.1.1.3 Activos intangibles en el sector florícola

Respecto a los activos intangibles del sector florícola, la investigación de Chimbolema (2023), se orienta más al capital relacional que es una colección de redes o conexiones realizadas entre empresas y grupos de interés externos para ayudarlos a enfrentar los desafíos ambientales y seguir siendo competitivos en las fincas florícolas. Los hallazgos demuestran cuán importante es para las empresas de cultivo de flores administrar de manera efectiva su capital relacional porque los clientes, proveedores y socios comparten conocimientos e información que luego se convierte en ventajas competitivas mediante el capital intelectual para garantizar el crecimiento comercial a largo plazo.

La investigación de Cajas (2021), el cual recalca la importancia de la contabilidad ambiental en las empresas, pero existe un desconocimiento y falta de información sobre ello, lo que hace que las empresas no estén cumpliendo con los lineamientos correspondientes, en relación con el reporte de funciones ambientales para identificar rasgos de desarrollo y revelar costos y ganancias.

A la luz del uso de las ayudas metodológicas, demostrar la viabilidad de la convergencia a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) es esencial en el sector florícola. Vizueté (2013), enfatiza que el diagnóstico,

implementación, capacitación y seguimiento son un requisito mínimo para la implementación de las NIIF. Además, recalca que el valor razonable menos los costos de venta deben utilizarse para determinar el valor de los activos (biológicos) tanto al momento de su reconocimiento inicial como a la fecha de cierre de los estados financieros.

El propósito del estudio de Molina (2019), fue aplicar técnicas de valoración estática y dinámica para evaluar el valor real de una empresa con el fin de evaluar el impacto de la valoración de la empresa como una oportunidad para la adquisición de negocios en la industria de flores de la provincia de Cotopaxi. Las empresas suelen valorarse de forma subjetiva, lo que hace imposible determinar el valor real de sus activos y comprender cuál es su verdadera rentabilidad. El valor económico de una empresa se diferencia del método de valoración porque se contemplan desde dos perspectivas distintas. El primero es un punto de vista estático en el que se evalúa a la empresa para un solo período de tiempo, sin tener en cuenta la teoría del valor del dinero en el tiempo, por lo que es algo acotado. El segundo es un punto de vista dinámico, tomando como referencia los beneficios futuros que puede generar, lo que podrá generar beneficios futuros en el futuro.

2.1.1.4 Belleza de las rosas ecuatorianas conquista el mundo

Según Naranjo y Burgos (2010) la producción y comercialización de flores de corte es una actividad económica/productiva que actualmente se practica en un aproximado de 150 países en todo el mundo. La producción florícola se concentra en países desarrollados como subdesarrollados. Con respecto al consumo de flores los países con mayores importaciones son Estados Unidos (EE. UU), Japón y demás países de la Unión Europea (Holland Flower Council, 2010, como se citó en Morisigue, Mata, Facciuto, & Bullrich, 2012).

Mundialmente, la floricultura ocupa más de 190.000 kilómetros y en los últimos años ha generado cifras de \$60 mil millones anualmente (Dassum, 2022). Cabe recalcar que dentro de la floricultura encontramos varias áreas, el segmento de flores de corte que es el más dinámico. Seguido por el de plantas con flores, bulbos y follajes. Como se mencionó anteriormente sus mayores consumidores se sitúan en el hemisferio Norte,

como EE. UU, Alemania y Japón, exceptuando Holanda. En el informe de Expoflores (2022) muestran a Holanda como el país que históricamente ha sido el mayor productor de flores, continuado por países Sudamericanos, esto debido a ventajas agroclimáticas, la disponibilidad de recursos naturales; entre los principales productores se ubican: Colombia y Ecuador, cuyas exportaciones están orientadas al mercado norteamericano y parte de Oceanía (Calderón, Guerra, Gallegos, & Beltran, 2021).

Para empezar Ecuador es un país particularmente agrícola y en los últimos años la actividad florícola representa una importante fracción del ingreso de divisas al país, debido al incremento de demanda a nivel mundial (Metroflor, 2021). La floricultura es una actividad que se ha practicado desde los años 80, sin embargo en sus inicios la gestión financiera no fue la esperada, hasta los años 90 que comenzó a experimentar un desarrollo económico progresivo, el problema radica en que dentro de la actividad florícola la mayoría de productores, realizan la actividad sin la capacidad técnica y financiera necesaria, por lo que la rentabilidad se ha convertido en un factor de difícil medición para el sector (Morán , 2021).

Cotopaxi, es una provincia ecuatoriana ubicada en la sierra centro y es considerada la segunda mayor exportadora de rosas del país. Esto ha ido generando un mayor costo de producción y comercialización, por lo que las fincas dedicadas a dicha actividad se han enfocado en el volumen de ventas dejando de lado tanto el análisis de la gestión financiera, así como el de la rentabilidad de sus operaciones (Martinez, 2013).

2.1.1.5 Valoración de la rosa y activos intangibles en el sector florícola

Mediante el uso del modelo financiero Free Cash Flow, Salazar (2018) desarrolló una propuesta metodológica para la valoración en la industria de la floricultura. De los diversos modelos de valoración, la valoración estática calcula el valor de reposición o de mercado de los activos para determinar el valor global de una empresa. En esta metodología no se tiene en cuenta la presencia en el mercado de la estructura administrativa de la empresa. la lealtad de los clientes a la marca de una empresa y los bienes o servicios que vende.

Guerrero (2023), se relaciona más con los activos intangibles ya que en su investigación se dirige a la valoración de la franquicia y su presentación en los estados financieros como activos intangibles (NIC 38) tiene efectos no financieros, pero también busca examinar el tratamiento contable de los activos intangibles que no están cubiertos por otra NIC. Se determinó que existe un número mínimo de franquicias que utilizan un método de valoración, pero no registran activos intangibles en sus estados financieros, lo cual es un claro ejemplo de un proceso de contratación que no está respaldado por la Ley ecuatoriana basándose simplemente en acuerdos o contratos entre el franquiciador y el franquiciador.

Fierro (2016), recalca que las empresas del sector agropecuario enfrentan un desafío por sus características únicas: reconocer el valor de los activos biológicos. Se puede obtener una comprensión profunda de las presunciones metodológicas relacionadas con la valoración, así como el requisito para el reconocimiento del valor razonable de los activos, al examinar cuidadosamente los enfoques de mercado, costo e ingresos descritos en la NIIF 13, así como las características del sector agrícola postulado en la NIC 41. Menciona que el método principal de valoración lo proporciona el mercado, que ofrece el punto de referencia necesario de precios cotizados tanto para productos comparables como para alternativas prácticas para identificar el tema de alta calidad de la evaluación. La valoración de los activos que se utilizarán en transacciones comerciales, como compras y ventas, utiliza principalmente el reconocimiento centrado en el mercado porque es la expresión más precisa del valor razonable, o el precio por el que una parte está dispuesta a ceder y otra parte está dispuesta a comprar.

2.1.2 Fundamentos teóricos

2.1.2.1 Teoría de la ventaja competitiva aplicada a los activos intangibles

La ventaja competitiva se origina con la capacidad que una empresa tiene para crear valor. Considerando al valor como el precio que los consumidores están dispuestos a pagar (Porter, 2015). Según Llerena, Mayorga, López y López (2020) los activos intangibles han tomado gran relevancia en las organizaciones y por ende el valor que generan puede llevar a la organización a alcanzar una ventaja competitiva sustentable.

2.1.2.2 Activos intangibles, la nueva riqueza empresarial

Los activos intangibles, también conocidos como activos invisibles y distintos de los activos intelectuales, se encuentran entre las áreas contables más complejas y desafiantes, (Pupo et al., 2020). Los desafíos para definir e identificar estos activos contribuyen a esta complejidad, pero los mayores retos, sin duda, se encuentran en medir sus valores y estimar sus vidas útiles.

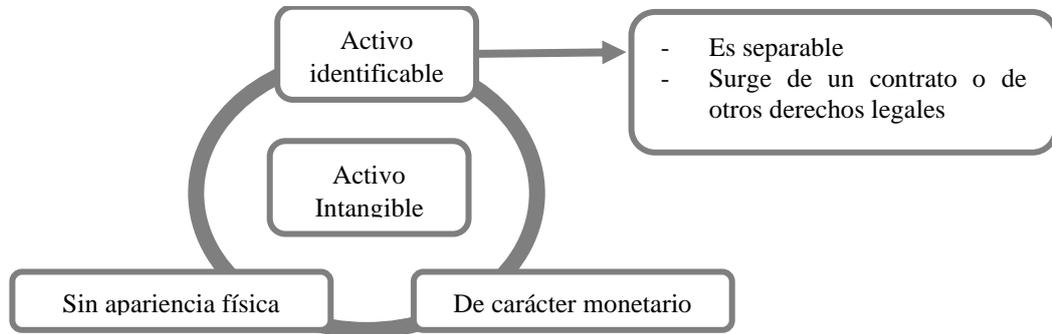
Según Bravo et al. (2021), los activos intangibles son activos que se derivan de los procesos, sistemas y cultura organizacional, o se pueden encontrar en las personas (empleados, clientes, proveedores). García (2021), lo define como un activo de capital con una existencia intangible cuyo valor está limitado por los derechos y beneficios que la propiedad otorga a su propietario. Según Sánchez (2021), los activos intangibles son derechos a beneficios futuros sin cuerpo físico o monetario que son producidos por la innovación, las prácticas organizacionales y los recursos humanos. Además, el autor afirma que, para crear valor corporativo y crecimiento económico, los activos intangibles funcionan en conjunto con los activos tangibles.

En la actualidad los activos intangibles han tomado gran relevancia. Las empresas cada vez le otorgan más importancia que a los tangibles (Suárez, Romero, Mauri, Llanes, & Gutiérrez, 2020). Es importante mencionar, que el mundo se encuentra en un nivel muy alto de globalización lo que da todavía más importancia a lo que establecido en la Norma Internacional Contable (NIC 38, 2023), misma, que permite identificar, contabilizar y dotar de un valor razonable a los activos intangibles.

Según NIC 38 Activos Intangibles (2004) todos los activos intangibles incluyendo los que las empresas mantengan para la venta excepto la plusvalía tendrán que ser contabilizados.

En la ilustración 1 se muestra el concepto de Activo Intangible

Ilustración 1 Concepto de Activo Intangible

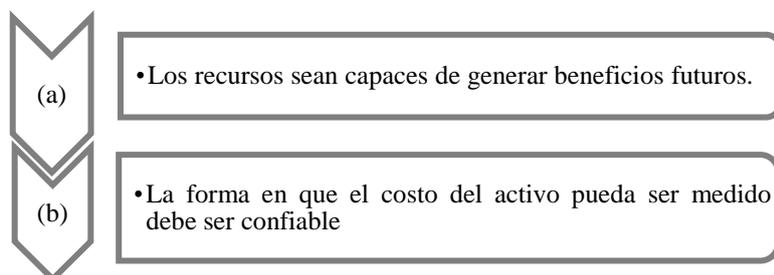


Elaborado por: Criollo (2023)

Fuente: Parker Randall (2020)

La Norma Internacional de Contabilidad 38 indica que un activo intangible será reconocido como tal cuando cumplan con los siguientes aspectos:

Ilustración 2 Reconocimiento de los Activos Intangibles



Elaborado por: Criollo (2023)

Fuente: Parker Randall (2020)

Es importante mencionar, que las empresas evalúen constantemente el cumplimiento de los criterios de reconocimiento. Más aún, de la probabilidad de obtener beneficios económicos en el futuro. Además, se deberían realizar valuaciones monetarias a dichos activos intangibles de forma periódica conforme a las normas establecidas (Álvarez & Ortiz, 2014).

2.1.2.3 Clasificación de los activos intangibles

A lo largo del tiempo se han realizado clasificaciones de los recursos intangibles que pueden existir en las organizaciones:

Tabla 2 Clasificación de los Activos Intangibles

Autores	Clasificación	
Hall (1992)	Activos defendibles desde un punto de vista legal Activos no defendibles desde un punto de vista legal	
Grant (1995)	Intangible	Tecnología Reputación Cultura
	Humano	Conocimiento y destrezas Capacidad de comunicación Motivación
Salas (1996)	Capital humano Capital tecnológico Capital comercial	
Navas, Guerras (1998)	Humano	
	No humano	Tecnológico Organizativo
Bueno Campo (1998)	Capital Humano	
	Capital estructural	Capital tecnológico Capital organizativo
	Capital relacional	
Vicente (2000)	Recursos transparentes	
	Recursos opacos	Opacidad intrínseca Opacidad voluntaria

Elaborado por: Criollo (2023)

Fuente: Vargas (2020)

2.1.2.4 Activos intangibles en la naturaleza

El componente intangible de la naturaleza (biodiversidad) está constituido por la variedad de conocimientos, innovaciones y prácticas individuales o colectivas relacionadas con la diversidad biológica. Dentro de este componente se incluyen los saberes de los pueblos indígenas y de las comunidades campesinas, así como las tecnologías modernas y las innovaciones científicas para el uso de recursos naturales (Fromageau, 2020).

En este sentido, los recursos intangibles también llamados recursos invisibles porque en la mayoría de los casos es complejo colocarle un valor (económico) aproximado; se convierten en activos estratégicos para quienes lo posean. Se entiende como conocimiento tradicional o intangible el conjunto de innovaciones, conocimientos, prácticas, usos, informaciones y formas de vida de las comunidades indígenas, utilizadas en el uso y conservación de recursos naturales (Oprean-Stan et al., 2020). Estos conocimientos además de ser necesarios para la supervivencia de las comunidades tienen gran relevancia para todos los habitantes ya que representan formas de conservación y uso sostenible de la diversidad biológica. Este conocimiento

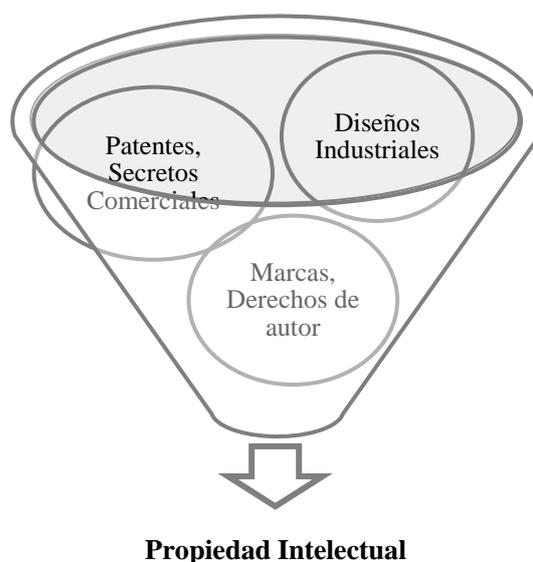
no puede ser entendido, por tanto, como tradicional, estático o no dinámico, sino que está estrechamente relacionado con el medio natural en el cual se desenvuelve el ser humano (Gumbau-Albert & Maudos, 2022).

Ejemplos de activos intangibles en la naturaleza se puede mencionar la belleza de un paisaje, de una planta, de un animal, el silbido de las aves, el zumbido de una abeja, el conocimiento tradicional de las comunidades indígenas.

2.1.2.5 La propiedad intelectual

Según Torre (2018) es importante mencionar, que la Propiedad Intelectual pertenecen a una subclasificación de los Activos Intangibles. La propiedad intelectual se caracteriza por la protección legal que recibe además de una especie o licencia. Los derechos otorgados a causa de la propiedad intelectual e industrial son relativamente negativos o de prohibición hacia los demás (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2018). Como, por ejemplo: prohibición de la piratería, es decir, falsificación e imitación de productos patentados. La propiedad intelectual abarca segmentos como:

Ilustración 3 Tipos de Propiedad Intelectual



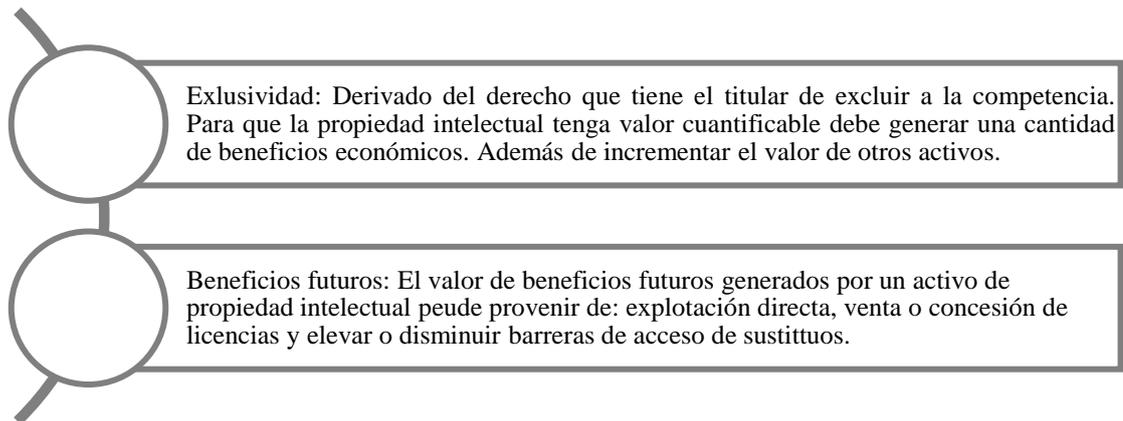
Elaborado por: Criollo (2023)

Fuente: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2018).

Valoración de activos de propiedad intelectual

Según Torre (2018) los derechos de propiedad intelectual cumplen con la función de proteger y recompensar la creatividad y el esfuerzo de las personas. En la siguiente ilustración se muestran algunas de las ventajas:

Ilustración 4 Valor de Activos Intangibles



Elaborado por: Criollo (2023)

Fuente: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2018).

2.1.2.6 Indicación geográfica (IG), el origen de los productos

Según Errázuriz (2010) las indicaciones geográficas incluidas las denominaciones de origen nacieron de la costumbre de designar a los productos con el nombre del lugar de su producción o fabricación. Esto, debido al asentamiento de personas en zonas con condiciones climáticas o agrícolas específicas. Un claro ejemplo es *Roquefort*, cuya denominación inicia en el siglo XIV. Cuando los ciudadanos de aquella ciudad piden el uso exclusivo del nombre para denominar al queso madurado en las cuevas de Roquefort.

La indicación geográfica, es un derecho de Propiedad Intelectual que asigna al producto un valor basado en distintas características propias del lugar de origen. Según Cáceres (2017) el desarrollo local se debe en gran parte a dichos productos. Un sector obtiene un producto con características propias del sector. Así mismo genera trabajo e incentiva el turismo de dicho sector. Además, generalmente los productos que cuentan con una indicación geográfica suelen dominar mercados extranjeros. En donde, debido a sus características especiales los consumidores suelen pagar altos precios por dichos productos (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2018).

Según Pilar (2014) las IG son la categoría más antigua de las marcas, sugiriendo una herencia compartida y cierto grado de coincidencia en los fundamentos económicos de su protección. En el caso de las marcas, los economistas llaman la atención sobre las asimetrías informativas entre los compradores y los vendedores de un bien. Es en este mundo de información asimétrica donde la reputación desempeña un papel importante al señalar un determinado nivel de calidad que los consumidores llegan a esperar. La reputación se comunica a través de diversos medios que incluyen el uso de signos distintivos como marcas comerciales y marcas, publicidad, envasado y ventas a través de puntos de venta selectos (Rangnekar, 2016).

2.1.2.7 Denominación de origen

La Denominación de Origen, es un sello o denominación que se da a determinados productos agrícolas o alimenticios que se elaboran exclusivamente en una determinada zona geográfica, sea ésta una región o un país. Por esta razón, son totalmente diferentes de otros productos similares elaborados en otras zonas geográficas. Debido a las características específicas únicas de cada producto, solo se designan aquellos que provienen de la región solicitada y siguen sus costumbres de producción (Montenegro et al., 2018).

En concordancia con lo expuesto una denominación de origen, es otra variación de la Indicación geográfica, que corresponde a un producto con características propias del lugar donde se cultiva/produce sean estos un país, región o un lugar específico. La combinación de factores humanos y naturales hacen de la denominación de origen un signo distintivo de alta importancia al lugar de procedencia. (Pauvif y Aracena, 2018).

2.1.2.8 Situación actual de las denominaciones de origen

Debido a la importancia de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen en el comercio internacional, el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual enfatiza que comprender la importancia de las denominaciones de origen es un paso crucial para promover y posicionar productos ecuatorianos premium en el mercado global y dinamizar la economía del país (López y Bermúdez, 2022).

Debido a que identifican una nación, área o lugar en particular donde los factores naturales y humanos se combinan en los procesos de producción, fabricación y/o extracción de un producto en particular, las denominaciones de origen son indicaciones geográficas de gran importancia. En la Tabla 3 se mencionan ejemplos de denominaciones de origen más conocidas a nivel mundial.

Tabla 3 Denominaciones de origen a nivel mundial

País	Tipo de producto	Marca
Francia	Queso	Roquefort
España	Vino	Champagne
Venezuela	Alcohol	Ron venezolano
México	Alcohol	Tequila
Perú	Alcohol	Pisco
Argentina	Alcohol	Uva Malbec

Elaborado por: Criollo (2023)

Fuente: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2018).

En el caso de Ecuador, los productos más conocidos con denominación de origen son los sombreros de paja toquilla del cantón Montecristi (Ullauri, 2020), el cacao ecuatoriano con su marca Cacao Arriba (Lombeida y Herrera, 2018); y el Café de las Galápagos, que se protege junto con el café pergamino, dorado, tostado o molido (Patiño, 2018). Otras marcas de Ecuador son el maní de Transkutukú y la Pitahaya Amazónica de Palora.

Por lo tanto, la denominación de origen fomenta el desarrollo y la preservación de los recursos regionales, ayuda en la creación de tecnologías que son prácticas para la producción sostenible y crea un grupo de capital humano que ha sido capacitado en la producción de bienes de calidad y transmitirá esas habilidades al futuro.

Es responsabilidad de los organismos reguladores y de certificación de cada nación investigar y autenticar cualquier producto que afirme merecer la Denominación de Origen. Estas organizaciones están a cargo de fijar el precio de venta al público, certificar el producto y supervisar su producción y comercialización.

En el Ecuador, el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) es la entidad reguladora de las denominaciones de origen. Para lograrlo, colabora con otros organismos del Estado a cargo de estos sectores productivos, creando una red de

instituciones que comparten un mismo objetivo: mejorar los procesos de producción, extracción y elaboración para proteger este tipo de productos y mejorar la calidad de vida de los agricultores y/o productores. Al tener un valor agregado que se traduce en un mayor precio de mercado, los bienes amparados por una Denominación de Origen o Marca Colectiva fomentan el desarrollo local.

2.1.2.9 Marca como activo intangible

La marca está directamente relacionada con la toma de decisiones, siendo un activo intangible clave, tanto para las grandes empresas como para las pequeñas y medianas, que buscan atraer nuevos clientes y fidelizar a aquellos que realizan una primera compra (Rodríguez, 2021). Se recibe cientos de mensajes diferentes porque se está expuesto a tantas marcas diferentes en la actualidad. Así, las marcas cumplen el propósito de diferenciar los bienes y servicios de los competidores al mismo tiempo que comunican una identidad, una garantía de calidad, una reputación de confiabilidad e incluso valor emocional (Maza et al., 2020).

Las marcas de certificación se conceden a un producto que satisface determinadas normas, pero no se restringen a los miembros de organizaciones. Pueden ser concedidas a cualquiera que pueda certificar que los productos en cuestión satisfacen ciertas normas establecidas (Minkov et al., 2018). El hecho de que las corporaciones multinacionales sean responsables de mantener tanto el calibre de su producto como sus propias marcas no es casualidad. Es importante tener en cuenta que muchas de las grandes empresas corporativas también dependen de otras formas de propiedad intelectual, como derechos de autor y patentes de invención, para llevar a cabo sus operaciones (Heredero et al., 2019).

Como resultado de que las marcas se vuelven más potentes y valiosas para la expansión y el desarrollo de los negocios, lo cual es un valor estratégico para las organizaciones, se han convertido en una de las principales fuentes de ingresos para las corporaciones (Ancín, 2022). Al analizar intangiblemente, una de las cosas más importantes a considerar es la marca que sirve como identificación, ya sea organizacional o comercial. Este puede ser valorado por sus factores primarios, priorizando lo simbólico y luego la percepción que puede crear en el público objetivo.

La marca tiene muchas formas diferentes de definirse, pero en realidad se enfoca en conceptos como la diferenciación, que tiene como objetivo ofrecer a los clientes beneficios significativos para ayudarlos a distinguirse de otras marcas; lealtad por preferencia, compromiso y satisfacción; y la fuerza de la marca, que tiene como objetivo tener la capacidad de atraer clientes, mantenerlos y mantenerlos satisfechos a lo largo del tiempo (Perez, 2019). Una de estas definiciones también tiene que ver con el análisis financiero que busca resultados de las actividades de mercado relacionadas con la marca en las que participa la empresa.

El posicionamiento en el mercado, la estabilidad y notoriedad de la marca, la capacidad del producto para ganar la preferencia del público y otros factores se utilizan para determinar el valor de una marca (Basualdo, 2021). Lo que se pretende con todo esto es un alto nivel de conocimiento, familiaridad con la marca y lograr que la puedan asociar en la memoria. Ser capaz de hacerlo perdurar en la mente de los clientes vinculándolos estratégicamente en multitud de asociaciones intangibles.

2.1.2.10 Protección sobre las marcas

El derecho exclusivo de usar la marca para distinguir sus productos o servicios, o de otorgar a terceros permisos para usar la marca a cambio del pago de una tarifa, está garantizado por la protección de la marca. Aunque la duración de la protección varía, el registro de la marca puede renovarse indefinidamente mediante el pago de las tasas correspondientes. En la mayoría de los sistemas, los tribunales sancionan cualquier infracción de marca mediante la imposición de sanciones legales para hacer cumplir la protección de marca (Salas, 2021).

El uso de signos distintivos similares para designar bienes o servicios de calidad inferior o diferente está prohibido por la protección de marcas frente a competidores desleales, como los falsificadores. El sistema permite a las personas ingeniosas crear y vender bienes y servicios en los términos más equitativos posibles, promoviendo el comercio mundial (Rodríguez-Cano, 2021).

En la mayoría de las naciones, las marcas comerciales están registradas y protegidas. Cada oficina nacional o regional mantiene un Registro de Marcas que alberga todos

los datos relacionados con los registros y renovaciones, lo que facilita el examen, la investigación y la posible oposición de terceros. No obstante, en el caso de un registro regional, los efectos se limitan a la nación o naciones en cuestión (Rodríguez-Cano, 2021).

2.1.2.11 Asociación de productores y exportador de flores

La Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores de Ecuador, inició en 1984 con el objetivo de unir y ayudar a la industria floral de la nación a través de la representación laboral y la provisión de servicios para brindar flores ecuatorianas con valor agregado a sus destinos. Su misión es representar a la industria floral ecuatoriana y brindar servicios rápidos y eficientes para satisfacer las necesidades de los socios (Expoflores, 2020).

Actualmente cuenta con más de 185 socios a nivel nacional y en su lista de socios el 65% corresponde a productores, el 67% a aerolíneas, el 56% a agencias de carga y 100% a obtentores. Dispone de 3.000 ha en total y 2.562 se encuentran certificadas. Expoflores se apoya con entidades gubernamentales y empresas vinculadas con el sector, brinda capacitaciones y asesorías continuas en temas laborales, tributarias y de comercio exterior (Expoflores, 2020).

2.1.2.12 Certificación y marca Flor Ecuador

La Certificación Flor Ecuador es un esquema de certificación emitido por AGROCALIDAD para garantizar Buenas Prácticas Agropecuarias en los sectores de exportación. Desde 2005, la Certificación Flor Ecuador se ha convertido en un completo programa de certificación con enfoque socioambiental para empresas ecuatorianas dedicadas al cultivo y promoción de flores nativas.

Los objetivos de la Certificación Flor Ecuador son garantizar la seguridad y salud de los trabajadores, incorporar un manejo eficiente de recursos naturales y establecer procesos sostenibles para el cuidado del ambiente y cumplir con los derechos laborales de los trabajadores que garantice su bienestar en las fincas. A nivel empresarial es de utilidad ya que sirve como herramienta de control interno, garantizando el

cumplimiento de requisitos sociales y ambientales ante entidades del gobierno y estandarizando las prácticas socioambientales del sector.

Expoflores y Agrocalidad establecieron un convenio para homologar el certificador de Flor Ecuador con el esquema de Buenas Prácticas Agrícolas. Con estas dos certificaciones se garantiza el manejo seguro de agroquímicos, bienestar del personal y cuidado del ambiente (Zúñiga, 2020).

2.1.2.13 Pago de regalías, derechos, patentes en Ecuador

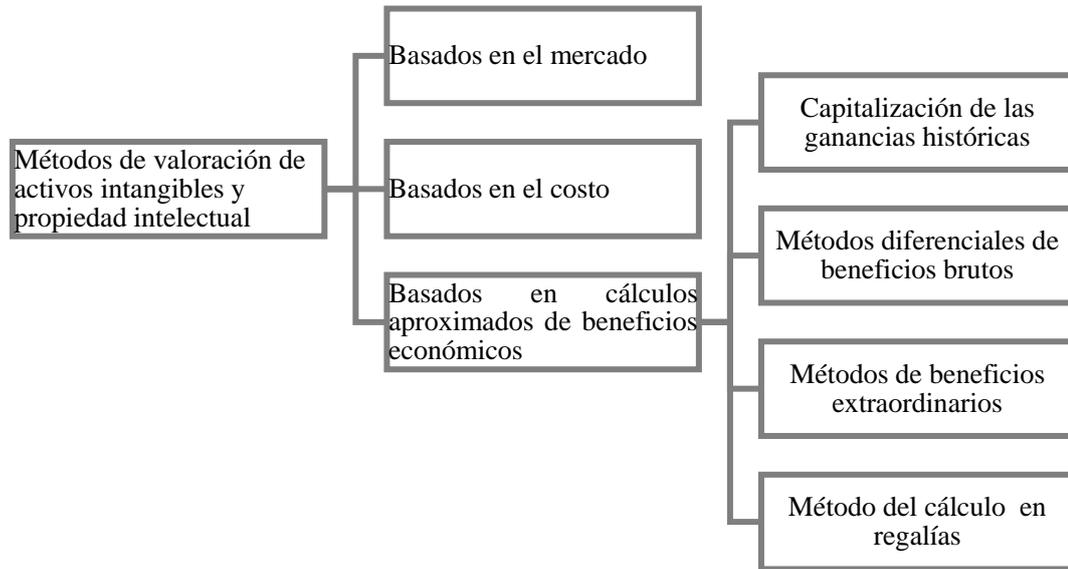
Las regalías son la compensación por el trabajo mental y los años de inversión necesarios para producir una variedad de flores en particular. Existe un marco legal para el cobro de regalías. Para hacer cumplir los derechos de propiedad intelectual, se pagan regalías a la industria de las flores. En otras palabras, los cultivadores de rosas reciben pagos de los cultivadores de flores a través de un contrato privado por el uso de todas las variedades de flores (Yugsi, 2022).

Dado que se tiene prohibido ingresar a ciertos mercados debido a nuestra violación de los derechos de propiedad intelectual, no se puede considerar no pagar regalías. El gobierno es sincero sobre los elementos no negociables, uno de ellos es el derecho a la propiedad intelectual. Además, las regalías son esenciales para la estrategia comercial y productiva de la nación (Yugsi, 2022).

2.1.2.14 Métodos de valoración de activos intangibles

Los activos intangibles pueden ser medidos a través de diferentes métodos los cuales se muestran en la ilustración 5:

Ilustración 5 Métodos de valoración de activos intangibles



Elaborado por: Criollo (2023)

Fuente: Castro (2016)

2.1.2.15 Valoración de activos intangibles por el método FCD

Identificar y evaluar las opciones reales de la empresa es necesario para valorarlas tecnológicamente. El objetivo de la valoración es aumentar la riqueza y el valor de la empresa en beneficio de todos sus grupos de interés, incluidos accionistas, empleados, clientes, proveedores, acreedores, gobierno y la sociedad en general. Hay dos clases de métodos de valoración: los contables y los de rentabilidad.

Las métricas de rentabilidad tienen en cuenta el potencial de una empresa para generar riqueza en el futuro. El valor bursátil, los múltiplos de empresas comparables y el flujo de caja descontado son los más conocidos métodos de valoración. El enfoque de flujo de caja descontado se basa en la evaluación de la capacidad de la empresa para producir riqueza futura. En este método se crea una proyección de flujo de caja libre (FCL) y se aplica una tasa de descuento y se eliminan pasivos financieros. También permite aplicar una tasa de oportunidad al flujo de efectivo de los propietarios (FCA).

El método es simple desde el punto de las matemáticas financieras pero compleja en los cálculos ya que requiere proyectar flujos de efectivo y calcular una tasa de

descuento. El rango de valores potenciales del valor de la firma es el resultado final. Este método además es el más común y preciso ya que mide con precisión la rentabilidad, permite determinar varios valores (a través de simulaciones o análisis de sensibilidad), es adaptable si se desarrolla un modelo adecuado y ofrece elementos razonables de discrecionalidad para la negociación. Tiene muchas exigencias, como la necesidad de una gran cantidad de datos, complejidad conceptual, un retraso en el resultado, necesidad de experiencia en evaluación y la necesidad de computadoras.

Para calcular el valor del mercado de los activos se utiliza el FCL mientras que para calcular el valor del mercado del patrimonio se utiliza el FCA. Para posteriormente aplicar la tasa de descuento WACC por sus siglas en inglés y el costo de patrimonio K_e , respectivamente. El enfoque de flujo de efectivo descontado basa sus hallazgos en un cálculo del potencial de la empresa para la creación de riqueza en el futuro. Se debe tomar en cuenta cualquiera de las siguientes opciones.

- El FCL descontarlo al WACC.
- Los pasivos se restan del WACC.
- Se descuenta el FCA al costo del capital, K_e .

El valor de mercado del patrimonio es importante y lo que interesa. Por lo que el valor de mercado de los activos es igual al valor de mercado de los pasivos y el patrimonio. El CPPC o WACC se calcula como un promedio ponderado del costo de la deuda, K_d y del costo del patrimonio K_e , tal como se visualiza a continuación:

$$\text{CPPC} = \frac{K_D D(1 - T)}{VT} + \frac{K_E P}{VT}$$

donde K_d es el costo de la deuda, D es el valor de la deuda, T es la tasa de impuestos, K_e es el costo del patrimonio, P es el valor de mercado del patrimonio y VT es el valor total de la firma.

Es crucial recordar que los valores de mercado, no los valores contables o contables, se utilizan para ponderar cada costo de las fuentes de financiamiento.

2.1.2.16 Sector florícola

Debido al nivel de mercadeo global, la industria de flores de Ecuador es uno de los principales contribuyentes a la economía del país. Las empresas ecuatorianas le han dado dinamismo a la industria, haciendo que las flores sean más representativas y se ubiquen entre las mejores del mundo tanto en variedad como en calidad (Andrade, 2022). La propagación del coronavirus en 2020 y el paro nacional en octubre del 2022 fueron los eventos desafiantes para el sector florícola en los últimos tiempos.

Según información de Expoflores en una publicación del diario El Comercio, en febrero de este año (2023) se exportaron 1.000 toneladas más que en 2019. Sin embargo, este aumento de toneladas en las ventas no ha representado una mayor ganancia económica para los productores debido a que habido niveles de sobreproducción y cosecha temprana por razones climáticas, lo que ha hecho bajar los precios de las flores.

En 2019, 422 empresas floricultoras en Ecuador registraron valores declarados en función de su actividad económica según el Sistema SAIKU del SRI. De las 422 empresas distribuidas en Ambato, Cevallos, Pelileo y Píllaro, representaron un 6.2% con sede en Tungurahua. La provincia con mayor concentración de empresas fue Pichincha, seguida de otras como Carchi, Cotopaxi, Imbabura y Tungurahua. Según las declaraciones de IVA presentadas al SRI en 2019, El consumo interno corresponde tan solo el 4% de la producción total de flores del país.

2.1.2.17 Breve reseña de la floricultura en el Ecuador

La industria de la floricultura en Ecuador comenzó a despegar en 1982 en la parroquia de Puenbo al este de la provincia de Pichincha. Donde el primer cultivo fue destinado a la exportación de rosas. Años después la pequeña empresa se inscribe en la Asociación de productores y exportadores de flores EXPOFLORES, institución creada para la recolección de fondos, que serían manejados por la Corporación Financiera Nacional (CFN). A inicios de la década de los 90 el sector florícola inicia su crecimiento exponencial gracias al acuerdo de Preferencia Arancelaria Andina firmada en 1991 con Estados Unidos. Como consecuencia al dinamismo del sector la CFN ayuda económicamente al sector (Morán , 2021).

El crecimiento del sector florícola se evidencia en el número de hectáreas sembradas, así en 1996 se sembraron 1,484.96 ha de flores frescas, en 2006 se sembraron 3440.45 ha, en 2016 se sembraron 8006 ha y en el 2022 se registraron 5711 ha sembradas de rosas frescas para exportación (Coello, 2020).

Debido a la ubicación geográfica de Ecuador y las condiciones favorables de temperatura, humedad y luminosidad, es esencial que los cultivos de desarrollen en un suelo de alta calidad para garantizar un crecimiento adecuado y la producción de variedades de flores de alta gama. Actualmente existen 600 negocios de flores, que brindan empleo e ingresos a la nación (Velasco, 2019).

2.1.2.18 Análisis de la industria florícola

Desde el punto de vista político-comercial, la exportación de la industria florícola ecuatoriana se ha beneficiado de los acuerdos comerciales con Estados Unidos debido a la reducción del arancel a la exportación de flores ecuatorianas, que pasó del 6.8% al 0% (Robalino, 2019). Expertos explican que el tener acuerdos comerciales postpandemia ha permitido que las exportaciones aumenten y se mantengan competitivas, a pesar de las restricciones, lo que ha llevado a un aumento de la demanda de flores ecuatorianas principalmente en el mercado de los Estados Unidos (Salto y Jomaira, 2022).

Los efectos de la guerra entre Rusia y Ucrania afectaron a la economía de la industria de las flores ecuatoriana dado que se tuvieron que cerrar fronteras europeas lo cual que se exporte temporalmente a EEUU como país intermediario. Esto obligó a los productores a buscar alternativas para exportar y una de ellas fue a través de vía marítima. Adicional, el cambio de gobierno ecuatoriano no resultó en mejoras para el sector florícola porque el problema tarifario persistió y no cambió. Sin embargo cabe señalar que los microcréditos han ayudado a las pequeñas y medianas empresas a mejorar sus productos y métodos de fabricación (Salto y Jomaira, 2022).

Desde el punto de vista económico, la demanda de la flor aumentó significativamente tanto antes como durante la pandemia. Se hace referencia a las dificultades que se desarrollaron durante el período antes mencionado, donde hubo aislamiento social y

confinamientos, lo que llevó al sector a tener una economía estancada y en declive. Estas limitaciones en las exportaciones se han reducido como resultado de la recuperación de la economía y la apertura de los mercados, ya que los floricultores aceleraron el ritmo de producción y, por ende el aumento de las exportaciones (Salto y Jomaira, 2022).

Debido al cierre de empresas durante la pandemia repercutió en la falta de producción y falta de demanda del producto lo que incidió en el aumento de la tasa de desempleo. Expertos que después de la pandemia el número de empleados ha aumentado constantemente de lo que va del año, a pesar de que varias fincas con mucha fuerza de trabajo han tenido que despedir personal (Limonas, 2022).

Desde el punto de vista logístico, la falta de disponibilidad de espacio aéreo dificultó la exportación de la industria de la floricultura durante el año pasado. La demanda en las temporadas del Día de las Madres de este año fue mayor respecto al año anterior, registrando sobreoferta de productos. Sin embargo, no se logró exportar como se esperaba por falta de espacios en la carga. Las aerolíneas no tuvieron un plan B para esta alta demanda en el mercado estadounidense durante la temporada post-Madres cuando hubo un aumento significativo en las ventas a ese país (Salto y Jomaira, 2022).

Dado que la falta de espacios aéreos obligó a cambiar el proceso operativo de adaptación estacional, se buscaron sustitutos de envío del producto; siendo la vía marítima una de ellas. Si bien fue complicado porque no había suficientes barcos, el sector florícola llegó a la conclusión de que la herramienta marítima era la mejor manera de hacer llegar las flores a sus destinos finales. Esto se debió a que hubo sobreproducción y escasez de espacios disponibles (Salto y Jomaira, 2022).

2.1.2.19 Empresas exportadoras ecuatorianas

Dentro de la Asociación EXPOFLORES existen más de 100 empresas que exportan a EEUU y países europeos. En la Tabla 4 se mencionan y describen algunas de ellas, principalmente la que exportan rosas.

Tabla 4 Empresas exportadoras de rosas

Razón social	Nombre comercial	Región	Tipo de cultivo
Agrícola Everbloom Roses Ecuador C.L	Everbloom Roses Ecuador	Norte	Rosa
Agrifeg S.A. Anne Flowers	Anneflowers	Cayambe	Rosa
Agrinag S.A.		Sur	Rosa
Agrivaldani S.A.	Agrivaldani S.A.	Tabacundo	Rosa
Agropromotora Del Cotopaxi Agrocoex S.A		Sur	Rosa
Agrosanalfonso S.A.	Glamour	Sur	Rosa
Alkavat Cia. Ltda.	Valle Verde	Cayambe	Rosa

Fuente: EXPOFLORES (2023).

Elaborado por: Criollo (2023)

2.1.2.20 Exportaciones de rosas ecuatorianas

Las exportaciones de flores ecuatorianas aumentaron en un 50,54% en 2023 sobre todo en las fechas con mayor demanda como San Valentín y el día de las Madres. La cantidad exportada fue de 25.634 toneladas, en su mayoría rosas rojas (Castro & Natasha, 2019). En contraste, en 2022 se registraron 24.288 toneladas. Entre el 10 de enero y el 8 de febrero de 2023, los mercados de Estados Unidos, Europa y otras naciones recibieron la mayoría de las ventas (Hurtado, 2023).

El volumen exportado aumentó, según EXPOFLORES, a pesar de la complicada situación provocada por numerosos factores globales. La institución informa que la previsión de producción se retrasó, lo que complicó la exportación regular. Los factores climáticos fueron una de las causas. El último trimestre del 2022 trajo bajas temperaturas y lluvias excesivas para los productores de Pichincha y Cotopaxi, lo que atrofió el crecimiento de las rosas. La demanda disminuyó, particularmente en Europa, como consecuencia de la recesión económica mundial que afectó al sector a finales de 2022. Según datos de EXPOFLORES, el mercado europeo compró 9.318 toneladas, un 20,75% menos que la temporada 2022. Por su parte, Estados Unidos, incrementó sus importaciones en un 7.89%, o 15.303 toneladas en volumen.

Para el 2023, la demanda aumentará aún más en los Estados Unidos. A pesar de que se observó una caída del 5% en el mercado norteamericano entre enero y noviembre

de 2022, se exportaron 338 millones. En 2023, se prevé una expansión de alrededor del 3%. Por su parte, Rusia, cuyas exportaciones tienen un valor de 34 millones, experimenta una caída del mercado del 63%. El conflicto que mantiene con Ucrania desde febrero de 2022 es la causa principal del declive. Expertos prevén un aumento en las exportaciones de la Unión Europea en un 13% a 213 millones.

La Tabla 5 muestra las principales variedades de exportación a marzo del 2023 acorde a datos de EXPOFLORES, siendo las rosas la principal variedad de exportación internacional.

Tabla 5 Principales variedades exportadoras

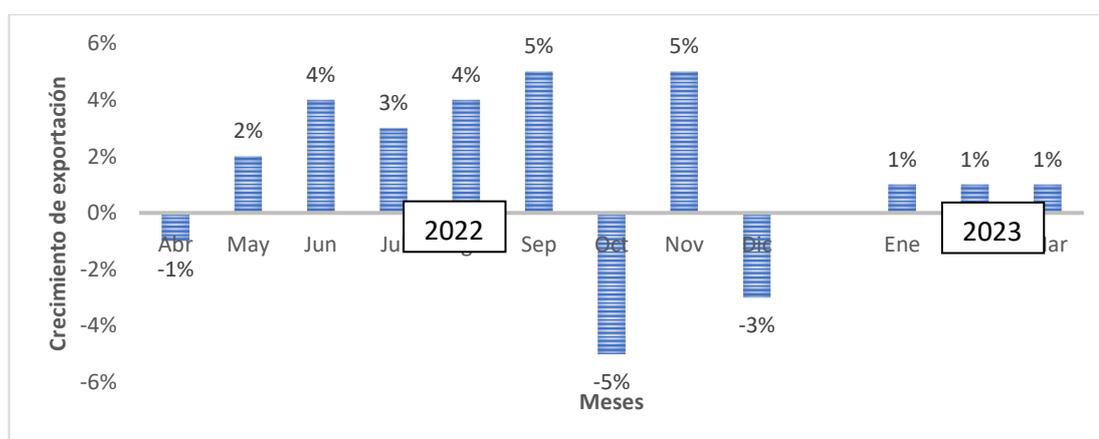
Variedad	Crecimiento valor	Crecimiento volumen
Rosas	6%	23%
Flores de verano	-9%	-4%
Gypsophila	-3%	-9%
Flores preservadas	-32%	3%
Claveles	31%	10%

Fuente: EXPOFLORES (2023).

Elaborado por: Criollo (2023)

Durante el primer trimestre del 2023 se evidencia que \$282 millones corresponden a la exportación de flores. Lo que significa un crecimiento mínimo en relación al periodo del 2022. Por otro lado, se encuentran los \$83 millones correspondientes al mes de marzo. Los valores se muestran en la Figura 1 (Falcón, 2023).

Ilustración 6 Exportación de flores en 2022 hasta marzo 2023.



Fuente: EXPOFLORES (2023).

Elaborado por: Criollo (2023)

2.1.2.21 Oferta de rosa certificada por fincas ecuatorianas

El Ecuador se enmarca en la Estrategia Nacional de Comercio Justo que a su vez se adhiere a una dinámica solidaria, respetuosa con las personas y el medio ambiente, y tiene valores similares a los que promueve la economía popular y solidaria (EPS). Los objetivos son satisfacer las demandas del mercado interno mediante el posicionamiento del concepto de comercio justo interno y aumentar las capacidades exportadoras de las organizaciones con base en la certificación internacional.

Ecuador fue el primer país en producir rosas certificadas de Comercio Justo a nivel mundial y actualmente es el segundo proveedor más grande con 10 fincas certificadas, a diferencia de Kenia que tiene 25 plantaciones certificadas. Las fincas ecuatorianas certificadas ofrecen cerca de 200 variedades diferentes de rosas en una diversidad de colores y longitudes. Las fincas son expertas en producir rosas y flores de la más alta calidad. El tamaño de cada finca varía de 20 a 260 acres, y cada una emplea entre 113 y 520 personas (Noboa, 2019).

Al principio, las flores certificadas se exportaban a Europa, pero en 2007, Estados Unidos había ampliado su mercado y ahora las empresas exportan entre el 10% y el 80% de sus rosas certificadas de Comercio Justo a Estados Unidos. La mitad de todas las ventas de flores certificadas en los Estados Unidos hasta 2009 provenían de Ecuador. La capacidad real de oferta de las floriculturas ecuatorianas para el total del producto exportable producido depende de factores que impiden comercializar la flor en su totalidad, primero por el poder adquisitivo del mercado y luego por el estricto cumplimiento de los controles fitosanitarios y de calidad de la flor requeridos (Prado y Vanel, 2020).

Las características físicas de la flor ecuatoriana, incluyendo el tamaño del tallo, el color y la fragancia, están relacionadas con producir a precios competitivos y con una calidad superior a la convencional. Se confirma que las rosas certificadas no representan más del 2% de sus ganancias totales para tallos entre 70 cm y 1 punto 60 cm cuando se toma en cuenta la relación precio-tamaño de los tallos. Dado que otras empresas de flores han abandonado el mercado por no satisfacer las demandas de los clientes, la certificación permite que estas rosas ingresen a nichos de mercado que se han percibido como sostenibles (Prado & Vanel, 2020).

Como la quinta exportación no petrolera de Ecuador, las flores representan el 5.3% de las exportaciones totales. Desde la pandemia, ha habido un aumento en la demanda de flores ecuatorianas en el exterior. El Banco Central del Ecuador estimó que entre noviembre de 2020 y noviembre de 2021 hubo un aumento en las exportaciones. Según un informe publicado en enero de 2022 por EXPOFLORES, registró una disminución en las exportaciones de flores, con octubre registrando el aumento más alto, (más del 45%), con respecto a 2020. La expectativa también es alta dado que se exportan 30,000 cajas por día y ese número se triplica el día de San Valentín para llegar incluso a 100.000 cajas por día (Villavicencio et al., 2021).

2.1.2.22 Principales mercados consumidores

Los principales mercados de exportación de flor ecuatoriana actualmente es Estados Unidos que permanece como el principal consumidor. Sorprendentemente, Kazajistán figura como el segundo mercado de Ecuador. Canadá y Turquía ocupan el tercer y cuarto puesto. La Unión Europea que la conforman Holanda, Italia, España y Polonia se encuentran con una menor participación en el mercado ecuatoriano (Macías et al., 2020).

Tabla 6 Principales mercados internacionales (enero-marzo 2023)

País	Valor FOB	Crecimiento valor	Toneladas	Crecimiento volumen	Participación en valor
EEUU	87	-15%	12.196	-15%	31%
Kazajistán	38	+100%	7.128	+100%	14%
Canadá	9	8%	1.460	16%	3%
Turquía	6	+100%	1.064	+100%	2%
UE	76	7%	14.025	19%	27%
Holanda	31	1%	5.397	1%	11%
Italia	11	-7%	1.990	-4%	4%
España	10	17%	1.763	38%	3%
Polonia	3	67%	659	100%	1%

Fuente: EXPOFLORES (2023).

Elaborado por: Criollo (2023).

2.1.2.23 Ventajas comparativas y competitivas de la rosa del Ecuador

La principal ventaja comparativa es la ubicación geográfica de Ecuador La luz solar intensa, suelo volcánico fértil, latitud ecuatorial, altitud y la adecuada disponibilidad de mano de obra son los factores que favorecen una producción continua de rosas de alta calidad (Villavicencio et al., 2021).

Para obtener una ventaja competitiva, una empresa debe poder superar a sus competidores en términos de costos de producción, crear una característica distintiva e implementar mejoras. En comparación con su competencia, Ecuador tiene mayores costos de producción, particularmente de mano de obra, lo que afecta la competitividad de la rosa ecuatoriana. Sin embargo, Ecuador produce una variedad de flores, por lo que es razonable suponer que la industria de las flores tiene competitividad y ha crecido tanto a nivel nacional como internacional.

Otra ventaja competitiva es los cambios que la tecnología ha generado en el flujo de trabajo de las fincas florícolas ecuatorianas, las cuales han ayudado a automatizar los procesos de producción y, por lo tanto, a tecnificar los productos. El 75% de las empresas han realizado inversiones en los últimos seis años principalmente en recursos materiales y técnicos (Inlago y Tucanes, 2022).

2.1.2.24 Análisis del mercado mundial de rosas

El mercado mundial de flores ha mantenido una estructura relativamente rígida en términos de centros de consumo a pesar de los importantes cambios tecnológicos y económicos que ha enfrentado la industria en los últimos 30 años. Las tres regiones de Europa Occidental, América del Norte y Asia representan la mayor parte de la demanda de flores cortadas y productos relacionados. Esta estructura indica un aumento reciente en la demanda de EE. UU. y Japón. Con la caída del consumo per cápita, la reducción del número de hectáreas plantadas en Holanda y la estabilización de su comercio exterior de este producto, el mercado europeo ha dado síntomas de saturación (Heredía, 2023).

Países desarrollados como EEUU, Japón, Holanda permiten que la industria florícola sea una actividad económica rentable y que países en desarrollo como el Ecuador pueda potenciar este mercado a través de sus exportaciones. La actividad económica del sector florícola se concentra principalmente en naciones como EE. UU. y Japón, pero particularmente en la Unión Europea, que tiene el consumo per cápita más alto del mundo (Cuestas, 2018). En la Tabla 5 se puede visualizar las especies ecuatorianas

exportadas a nivel mundial principalmente en el mercado norteamericano, Unión Europea y Eurasia.

Tabla 7 Especies ecuatorianas exportadas a nivel mundial

	Norteamérica (EEUU-Canadá)			Unión Europea			Euroasia (Alemania, Bielorrusia, Kazajstán, Kirguizstán, Rusia)		
	Valor FOB	Crecimiento %	Participación %	Valor FOB	Crecimiento %	Participación %	Valor FOB	Crecimiento %	Participación %
Rosas	61	-13%	63%	64	13%	85%	38	-16%	88%
Flores de verano	25	-8%	26%	2	25%	3%	0,5	-66%	1%
Gypsophila	4	5%	4%	7	-11%	9%	2	13%	4%
Flores preservadas	3	-41%	3%	1	-57%	2%	-	-	-
Claveles	2	43%	2%	-	-	-	2	-6%	4%
Alstroemerias	-	-	-	0,5	13%	1%	1	-1%	2%

Fuente: EXPOFLORES (2023).

Elaborado por: Criollo (2023).

Dentro de la Unión Europea, Holanda es el mayor exportador y productor de flores del mundo. En esta nación se encuentra la instalación de acopio y distribución más grande del mundo que, mediante la organización de subastas, vende y distribuye flores desde lugares tan diversos como Sudamérica, África u otros países europeos antes de enviarlas a los principales centros de consumo (Cuestas, 2018).

Los países miembros de la Unión Europea, Estados Unidos y Japón. Alemania, el Reino Unido, Austria, Suecia, Dinamarca, EE. UU. y Japón también son grandes consumidores de flores, con un consumo anual per cápita en cada país que supera los \$50. Holanda es uno de estos países. Ecuador y Colombia han logrado consolidarse como importantes productores de flores en América del Sur. En cuanto al volumen exportado, ambos ocupan el primer lugar. Han desarrollado inversiones en tecnología y capital humano, que les permiten ofrecer un producto de alta calidad a bajo precio que se comercializa principalmente en los Estados Unidos. Se han especializado en la producción de Rosas. Por su parte, Chile ingresa al mercado global como actor secundario. El valor de los envíos nacionales de flores se ha mantenido estable en gran medida en alrededor de \$ 4 millones por año, y la mayoría se dirige a los Estados Unidos (Cuestas, 2018).

El sector de la floricultura experimentó un crecimiento significativo en las décadas de 1970 y 1980, así como desde 1991 hasta mediados de 1997. Se produjeron cambios importantes que llevaron a una mayor tasa de crecimiento en el desafiante entorno económico mundial de la industria. Luego, los precios tendieron a estabilizarse, situándose en torno al 6% anual. Además, nuevos competidores como Kenia y Ecuador ingresaron al mercado (Juca et al., 2021).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Recolección de la información

3.1.1 Población, muestra

3.1.1.1 Población

En palabras de Hernández, Fernández y Batista (2014), expresan a la población como un conjunto de casos, definido, limitado y accesible. El cual sirve de guía para determinar la muestra. Por tal razón, es importante definir la población sobre lo que se desea analizar de este modo cuando se llegue a la finalización del trabajo la muestra establecida arrojará suficientes resultados válidos.

La población de estudio esta compuesta por pequeñas y medianas empresas de la región sierra determinadas dentro del periodo 2022, correspondientes al sector florícola. Dicha información se obtendrá de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros la cual funciona como ente regulador del sector económico ecuatoriano, independientemente del nivel o actividad al que pertenezca. La entidad ha permitido recabar la información necesaria, la misma es de acceso libre y aporta al desarrollo de la investigación.

Tabla 8 Población de la investigación

Sector	Provincia	Cantón	No. empresas
Florícola	Cotopaxi	Pujilí	6
		Salcedo	7
		Latacunga	62
TOTAL			75

Fuente: SUPERCIAS(2023)

Elaborado por: Criollo (2023)

3.1.1.2 Muestra

De acuerdo con Stephens y Spiegel (2009), determinan a la muestra como una representación significativa de la población. Permitiendo, presentar conclusiones sobre una probabilidad que se pretende alcanzar en función de una población determinada.

Del total de la población se seleccionó de forma aleatoria a 35 empresas del sector florícola de Latacunga. La información fue sometida a diferentes filtros los que facilitaron el escogimiento de la muestra. Dentro de los filtros se consideró, el cantón con mayor presencia de florícolas, la situación legal de la compañía y el último periodo de entrega de información. Esto debido a que ciertas compañías no contaban con la información financiera necesaria, sus informes estaban en blanco, entre otros.

3.1.2 Fuentes secundarias

En la investigación se emplean fuentes secundarias, considerando el requerimiento de la información correcta para el estudio. De mismo modo, la información recolectada será útil para la construcción de la base de datos:

- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros de donde se obtendrá la información de las entidades empleadas para el estudio.
- Investigaciones previas, libros, artículos científicos, entre otros.

Es necesario mencionar que las variables serán tratadas a través de la metodología del flujo de caja descontado, el cual permite a gestores, empresarios e inversionistas conocer el verdadero valor de un activo intangible, en este caso el nombre y el reconocimiento de la rosa de Latacunga dentro del mercado nacional e internacional.

3.1.3 Instrumentos y métodos para recolectar información

Para obtener el valor del activo intangible de la rosa se procedió a recolectar los estados financieros del sector florícola en base al código CIUU A0119.03, correspondiente al cultivo de flores, incluida la producción de flores cortadas y capullos de la Super Intendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS). Para la obtención de los resultados se procedió a la descarga de los balances por sector del 2022, considerando que la información obtenida fue a nivel nacional se procedió a cotejar la información junto con el directorio de compañías. Donde se consideraron las 35 empresas obtenidas en la muestra, durante la comparación de los datos se evidenciaron que en los años anteriores hubo empresas que no se encontraban, pues su fecha de creación fue posterior al año de estudio. De esta manera se obtuvieron los activos, pasivos, patrimonio, ingresos y gastos de la muestra de estudio.

Una vez organizados los datos de las empresas por cada año, se procedió a generar la proyección de los ingresos y gastos para identificar el resultado o utilidad. Cabe destacar, que la proyección se realizó a 10 años futuros, a causa de, el tiempo de duración promedio de un cultivo de rosas y a la duración de la protección de marca en el país.

A continuación, se emplearon las proyecciones para el cálculo del valor actual de la rosa laticungueña. Dentro del valor presente se necesitó una tasa de descuento aplicable al cálculo. Para esto, se empleó el Coste ponderado de los recursos (WACC) por sus siglas en ingles. La obtención de dicha tasa involucró demás cálculos como: tasa impositiva, la rentabilidad exigida a las acciones y el coste de la deuda. Dichos valores, fueron calculados a partir de cifras obtenidas a través de la web, considerando los valores más actuales.

3.2 Tratamiento de la Información

Para el desarrollo del trabajo se consideró 35 empresas del sector florícola de Latacunga, se escogieron dichas empresas dado que dentro de la provincia de Cotopaxi es el cantón con mayor actividad florícola. A la vez, no se han realizado investigaciones relacionadas con la valoración de la rosa como activo intangible en el sector.

Una vez que se realizó las investigaciones necesarias, así como la construcción del marco teórico, para el cumplimiento del primer objetivo se procedió al análisis de la Norma Internacional de Contabilidad 38. Dicha información sirvió como base para la elaboración de un *check list*. Por medio del cual, se identificó las características que califican a la rosa como un activo intangible según la normativa contable vigente.

Una vez identificada la rosa como un activo intangible se procedió a la resolución del segundo objetivo basado en la valoración mediante el modelo financiero correspondiente al flujo de caja descontado (FCD). Para esto se emplearon los balances obtenidos de la SUPERCIA, se filtró a información y se obtuvo un promedio de cada una de las cuentas para el cantón Latacunga, para trasladar dichos valores a la matriz realizada en Excel, donde constan valores del año 2022. Una vez llena la matriz se

realizaron las proyecciones desde el año 2023 hasta el 2032, es decir, un periodo de diez años. Es importante dar a conocer que un cultivo de rosas puede durar aproximadamente diez o más años. Con el objetivo de que las proyecciones realizadas arrojen valores apegados a la realidad el periodo fue de diez años, pese a que generalmente este tipo de método realiza las proyecciones a tan solo cinco años.

Una vez obtenidas las proyecciones, se procedió a calcular la tasa de descuento WACC donde se calcularon la tasa impositiva, la rentabilidad exigida a las acciones y el coste de la deuda. Para esto, se necesitaron datos como la tasa libre de riesgo, que es el interés de los bonos del estado sin riesgo, mismo que para el año 2022 fue del 7,90%, el riesgo país que corresponde al 18,59%, el valor de riesgo y el rendimiento del mercado 6,97%. Una vez obtenida la tasa de descuento, basada en los valores del año 2022, se procedió a aplicar la formula del valor actual. Obteniendo de este modo un importe económico de la rosa del cantón Latacunga.

3.3 Operacionalización

Tabla 9 Operacionalización de variables

Variable	Definición	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Características de la Variable	Técnicas/Instrumentos
Valoración económica	La valoración es un factor clave de competitividad y crecimiento económico. Esta estima el valor en términos monetarios.	Flujo de caja descontado	Flujo de caja futuro: VAN	$VAN = -I + \frac{F1}{(1+t)} + \frac{F2}{(1+t)^2}$	Escala: Intervalo Tipo: Numérica	T: Observación I: Ficha de observación
		Tasa de descuento	Porcentaje	$WACC = \left[\frac{TP}{(TP + CC)} \right] * Rd (1 - Tc) \left[\left(\frac{CC}{(TP + CC)} \right) \right] * ROE$	Escala: Intervalo Tipo: Numérica	T: Observación I: Ficha de observación
Activo Intangible	Un activo intangible es un activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física	Valor terminal de la empresa	Numérico	$FCD = \frac{VAN}{(1 + WACC)^n}$	Escala: Intervalo Tipo: Numérica	T: Observación I: Ficha de observación
		Propiedad Intelectual	Activo intangible	Marca/Denominación de origen	Tipo: texto	T: Observación I: Check list

Elaborado por: Criollo (2023)

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Resultados y discusión

En el trabajo se obtuvo información secundaria de las empresas del sector florícola del cantón Latacunga correspondientes al período 2022, en los cuales se destacaron principalmente las cuentas contables del Estado de Resultados Integral. Dicha información se obtuvo por medio de la página de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, que es el ente regulador en Ecuador.

Las empresas del sector florícola se detallan en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) en la sección A. Dicha sección corresponde a Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca. De forma más específica al apartado A0119.03 correspondiente al cultivo de flores, incluida la producción de flores cortadas y en capullo.

El trabajo de investigación permitió realizar un análisis de los datos cuantitativos de las empresas del sector florícola de Latacunga cuya finalidad fue la obtención de información confiable por la cual se pueda valorar a la rosa como activo intangible por medio del modelo financiero de flujo de caja descontado.

Para la resolución de los objetivos planteados se desarrollaron diferentes procesos y técnicas de procesamiento de información. En primer lugar, se determinaron directrices que identifican o califican a un activo como activo intangible. De este modo, se elaboró un *check list* donde constan los principales párrafos de la Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 38. Con el objetivo de verificar el cumplimiento de dichos ítems por parte de la rosa vista como marca. El *check list* se muestra en la tabla 10, es importante resaltar que el sector florícola de Latacunga no posee ninguna variedad de rosas, razón por la cual la flor no califica como activo intangible. Para términos del estudio el activo intangible sometido a valoración económica fue la marca de rosa del cantón. Puesto que no cumple con ciertas características como es el párrafo 14 de la sección de control ya que la rosa no puede ser protegida como denominación de origen porque en el país no se desarrollan variedades de rosas.

Tabla 10 Check List. NIC 38

Párrafo	Literal	Marca	Denominación de origen
Definiciones			
8	Un activo intangible es aquel que no posee apariencia física y un activo identificable de carácter no monetario.	✓	✓
Identificabilidad			
11	El activo a tratar es diferente de la plusvalía	✓	✓
12 (a)	El activo es susceptible de ser separado de la entidad y vendido, transferido o dado en explotación, arrendando o intercambiado	✓	
12(b)	El activo surge de derechos contractuales o de tipo legal con independencia.	✓	
Control			
13	La entidad controla el activo debido a la obtención de beneficios económicos futuros.	✓	✓
	El activo origina derechos de tipo legal a la entidad que lo controla	✓	
14	El activo califica para ser protegido como propiedad intelectual, obligación legal de confidencialidad	✓	
Beneficios económicos futuros			
17	Es atribuible al activo intangible los beneficios económicos futuros como los ingresos de actividades ordinarias procedentes de la venta de productos o servicios.	✓	✓
Reconocimiento y Medición			
18 (a)	El activo intangible cumple con la definición del párrafo 8 al 17	✓	✓
18 (b)	El activo intangible cumple los con criterios para el reconocimiento	✓	✓
21 (a)	Se pueden atribuir los beneficios económicos futuros al activo intangible	✓	✓
21 (b)	El costo del activo puede medirse con fiabilidad	✓	

Fuente: NIC 38 (2020)

Elaborado por: Criollo (2023)

Para el cumplimiento del objetivo al segundo objetivo, sobre la valoración económica de la rosa latacungueña como activo intangible, bajo la denominación de marca a través de los flujos de efectivo descontados. Considerando la suma total del conjunto de 35 empresas del sector florícola del cantón Latacunga, mismas que se muestran en la tabla 11.

Tabla 11 Florícolas del cantón Latacunga

RUC	NOMBRE
0590059064001	TEXASFLOWERS S.A.
0590059684001	FLORICOLA LA ROSALEDA S.A. FLOROSAL
0590059870001	JARDINES PIAVERI CIA. LTDA.
0590060240001	HISPANOROSSES CIA. LTDA.
0590060755001	MILROSE S.A.
0590060992001	AGROGANADERA ESPINOSA CHIRIBOGA S.A.
0591701088001	ROSESUCCESS CIA. LTDA.
0591720996001	ANTONELAFLORES S.A.
0591728431001	FLORICOLA BLOOMHAUS S.A.
0591746286001	AVICFIME CIA.LTDA.
0591753290001	SANIMAGARDEN S.A.
0591753606001	SKYROSES CIA.LTDA.
0591756567001	WAYRAFLOR CIA.LTDA.
0591757954001	FLORÍCOLA TANGARAROSSES CIA.LTDA.
0591759353001	PRILIKA FLOWERS S.A.S.
0591760165001	JYR QUALITY FLOWERS SOLUTIONS S.A.
0591761315001	COMEXIGER S.A.S.
0591762087001	SOFI&FARMS S.A.S.
0591762214001	FINCA LOVEL& FLOWERS S.A.S.
0591762532001	HANAMI S.A.S.
0591762725001	RANCHOBELLAVISTA CIA.LTDA.
0591762989001	AYALAS GROWERS S.A.S.
0591763194001	HIGH CONNECTION FLOWERS HCF CIA.LTDA.
1790889114001	AGROPROMOTORA DEL COTOPAXI AGROCOEX S. A.
1791302524001	QUITO INORFLOWERS TRADE CIA. LTDA.
1791330919001	VALLE DEL SOL S.A. VALDESOL
1791404483001	FLORES SANTA MONICA ÑANTA CIA. LTDA.
1792289653001	HIGHLANDPROFARM CIA. LTDA.
1792467462001	GRUPO VARGAS CHILE CIA. LTDA.
1792491770001	ROSEMIROVICH ROSES CIA. LTDA.
1792583829001	FLORANATION PRODUCTORES DE FLORES S.A.
1792895049001	FLORICOLA PONTÓN FOREVERFLOR CIA.LTDA.
1792941199001	SAPPHIREROSSES S.A.
1891750826001	VOLCANO GARDENS PLANTACIONES S.A.

Elaborado por: Criollo (2023)

Fuente: Directorio de compañías de la SUPERCIAS (2023)

Los estados financieros se obtuvieron a través de la página oficial de la SUPERCIAS, a través de los estados financieros por rama donde se obtuvo la información a nivel nacional, por lo cual se validó dicha información con el directorio de compañías y así obtener únicamente los balances de la población de estudio. Cabe destacar que se

tomaron únicamente las cuentas principales que son: Activo, Pasivo, Patrimonio, Ingresos, Costos y Gastos. Debido a que, son las únicas cuentas necesarias para los cálculos pertinentes. En base a dicha información se presenta el Balance General del sector florícola del cantón Latacunga en la tabla

Tabla 12 Balance General Florícolas de Latacunga

SECTOR FLORICOLA DE LATACUNGA		
BALANCE GENERAL		
AÑO 2022		
Código	Nombre de la cuenta	
	1 Activo	57.621.451,17
101	Activo Corriente	20.389.040,25
102	Activo no Corriente	36.474.429,81
	2 Pasivo	42.985.430,18
201	Pasivo Corriente	21.128.482,99
202	Pasivo no Corriente	21.856.947,19
	3 Patrimonio Neto	14.636.020,99
301	Patrimonio	14.636.020,99
	Patrimonio más Pasivo	57.621.451,17

Elaborado por: Criollo (2023)

Si bien es cierto, el sector florícola es una de las actividades que mayor ingreso obtiene de forma anual. Sin embargo, las utilidades obtenidas son relativamente bajas en comparación con demás sectores, debido a los altos costos de producción de las empresas, así también lo menciona Bravo (2022) en la investigación realizada en la provincia de Pichincha, cantón con mayor afluencia de florícolas a nivel nacional. En la investigación se menciona que la inversión promedio de una florícola rodea los 25.000 dólares, misma que se hace a través de endeudamientos, el elevado costo se debe a la compra de semillas modificadas genéticamente así como al pago de regalías por el derecho de obtentor. En concordancia con lo antes mencionando se evidencia el hecho de una utilidad mínima en la tabla 13. Donde se puede observar que el 80,57% de los ingresos debe ser destinado a costo de producción y ventas.

Tabla 13 Estado de Resultados florícolas Latacunga

SECTOR FLORICOLA DE LATACUNGA		
BALANCE GENERAL		
AÑO 2022		
Código	Nombre de la cuenta	
4	Ingresos	74.616.477,88
501	Costo de producción y ventas	60.121.717,38
402	Utilidad bruta	14.494.760,50
5	Gastos	13.835.346,82
50201	Gastos de venta	4366301,53
50202	Gastos administrativos	8423680,78
50203	Gastos financieros	1045364,51
600	Utilidad antes de participación trabajadores	659.413,68
601	15% participación trabajadores	98.912,05
602	Utilidad antes de impuestos	560.501,63
603	25% Impto. Renta	140.125,41
604	Utilidad del ejercicio	420.376,22

Elaborado por: Criollo (2023)

Es importante mencionar que los flujos de caja del sector florícola de Latacunga pese a tener costos de producción tan altos son relativamente bajos pero positivos. Esto permite que, cuenten con una liquidez suficiente para continuar con el negocio. Dicha información se muestra en la tabla 14.

Tabla 14 Flujo de caja florícolas Latacunga

SECTOR FLORICOLA DE LATACUNGA	
FLUJO DE CAJA	
AÑO 2022	
Cuenta	
Ingresos	74.616.477,88
Egresos	73.957.064,20
Flujo de caja	659.413,68

Elaborado por: Criollo (2023)

Para la valoración económica de la rosa correspondiente al segundo objetivo, se realizó las proyecciones de ingresos, costo de producción y gastos. El periodo de proyección fue de 10 años correspondiente al tiempo de protección de una marca dentro del país. (Gobierno del Ecuador, 2023). En concordancia con lo anterior el tiempo de proyecciones se basa en el tiempo de duración mínimo de un cultivo de rosas.

Para la proyección de los ingresos se aplicó una tasa del 1,1% correspondiente al crecimiento de la población hasta el 2022 (Banco Mundial, 2023). En la tabla 15 se muestran las proyecciones realizadas para los años 2023 – 2032. Donde se toma como base el año 2022 por ser el último año fiscal al que se presentaron los balances a la entidad de control. El valor actual de los ingresos fue de \$77.361.816,91 y se estima que dentro de diez años dicho valor será de \$86.305.449,12.

Tabla 15 Proyección de ingresos 2023 - 2032

PROYECCIÓN INGRESOS		
1	Año 2023	78.553.188,89
2	Año 2024	79.762.908,00
3	Año 2025	80.991.256,78
4	Año 2026	82.238.522,14
5	Año 2027	83.504.995,38
6	Año 2028	84.790.972,31
7	Año 2029	86.096.753,28
8	Año 2030	87.422.643,28
9	Año 2031	88.768.951,99
10	Año 2032	90.135.993,85

Elaborado por: Criollo (2023)

Al igual que Henao y Caro (2019) en una valoración de una finca bananera en una región de Colombia la proyección se realiza a un periodo de 10 años ya que en ambas investigaciones se considerará la vida útil del cultivo, con el objetivo de resultados apegados a la realidad. Sin embargo en la proyección realizada por dichos autores se observa un flujo negativo en el primer año, a diferencia del obtenido en el sector florícola, lo que permite visualizar que la venta del sector florícola del país sobrepasa la realizada por Colombia en el sector bananero.

De la misma forma, la proyección del costo de producción y ventas se realizó basado en la tasa de inflación determinada para los años futuros, correspondiente al 1,54%. Como se muestra en la tabla 16.

Tabla 16 Proyección Costo de producción y ventas 2023 – 2032

PROYECCIÓN COSTOS		
1	Año 2023	61.047.591,83
2	Año 2024	61.987.724,74
3	Año 2025	62.942.335,70
4	Año 2026	63.911.647,67
5	Año 2027	64.895.887,05
6	Año 2028	65.895.283,71
7	Año 2029	66.910.071,08
8	Año 2030	67.940.486,17
9	Año 2031	68.986.769,66
10	Año 2032	70.049.165,91

Elaborado por: Criollo (2023)

Para la proyección de gastos se consideró el total de los mismos, donde se incluyen: gastos de venta, administrativos y financieros. Al igual que en las proyecciones anteriores la tasa fue de 1,54% equivalente la inflación esperada en los años futuros. Dichos valores se muestran en la tabla 17.

Tabla 17 Proyección Gastos 2023 – 2032

PROYECCIÓN GASTOS		
1	Año 2023	14.048.411,16
2	Año 2024	14.264.756,69
3	Año 2025	14.484.433,95
4	Año 2026	14.707.494,23
5	Año 2027	14.933.989,64
6	Año 2028	15.163.973,08
7	Año 2029	15.397.498,27
8	Año 2030	15.634.619,74
9	Año 2031	15.875.392,88
10	Año 2032	16.119.873,93

Elaborado por: Criollo (2023)

Una vez proyectados los ingresos, costo de producción y gastos, se realizó el flujo de caja proyectado del sector florícola de Latacunga. Los valores se muestran en la tabla 18. Se puede observar que el flujo de caja sigue siendo positivo. Sin embargo, el 97,96% de los ingresos deben ser empleados para cubrir costos de producción y gastos.

Tabla 18 Flujo de caja proyectado

SECTOR FLORICOLA DE LATACUNGA	
Flujo de caja proyectado	
2023 – 2032	
Cuenta	
Ingresos	842.266.185,89
Egresos	805.197.407,09
Flujo de caja	37.068.778.80

Elaborado por: Criollo (2023)

Para dar por concluido el segundo objetivo se procedió a la valoración a través del flujo de caja proyectado se obtuvo el valor presente mediante el Valor Actual Neto (VAN) y la aplicación de una tasa de descuento determinada por el método Weighted Average Cost of Capital (WACC). La fórmula se muestra a continuación:

Ilustración 7 Fórmula WACC

$$WACC = \left[K_e * \left(\frac{PAT}{(PAT + D)} \right) \right] + \left[K_d \left(\frac{D}{D + PAT} \right) \right]$$

Donde:

- K_e : Costo del capital propio
- PAT: Valor del patrimonio o capital aportado
- D: Valor de la deuda financiera contraída
- K_d : Costo de la deuda financiera después de impuestos

En dicha fórmula K_e representa el costo del capital propio o en otras palabras el costo de oportunidad del capital que según el Banco Central del Ecuador representa el 6,67%. El valor del patrimonio y la deuda financiera contraída fueron tomados del Balance General, anteriormente expuesto. Asimismo, el valor de K_d costo de la deuda financiera fue establecida a través de la fórmula tasa de interés por (1-impuesto de la deuda). Para lo cual se aplicó una tasa máxima referencial del 10,74% en contraste con dicha tasa esta la del impuesto a la deuda cuyo valor es cero.

Tabla 19 Cálculo de tasa de descuento – WACC

	Tasa de descuento	
Kd Costo de la deuda financiera	10,74%	Costo promedio de la deuda (Dato calculado)
PAT: Fondos propios	24,41%	Patrimonio 2022
D: Deuda financiera	75,59%	
Ke:	6,67%	CAPM
WACC	9,82%%	

Elaborado por: Criollo (2023)

Las proyecciones fueron realizadas para 10 años, debido al promedio de vida útil de un cultivo de rosas. La valoración de la marca se realizó mediante el FCD, por lo que se empleó la siguiente fórmula:

$$VE = \frac{FCF1}{(1+k)^1} + \frac{FCF2}{(1+k)^2} + \frac{FCF3}{(1+k)^3} + \dots + \frac{FCFn}{(1+k)^n}$$

De esta manera, se puede observar que la marca de la rosa, correspondiente al cantón de Latacunga. Equivale a \$11.960.224,04. Valor calculado a partir de variables y proyecciones desarrolladas, una tasa de oportunidad del 9,82% y la tasa de crecimiento futuro del 1,1%.

Tabla 20 Cálculo de valor de la marca empresarial

VALORACIÓN											
SECTOR FLORICOLA DEL CANTÓN LATACUNGA											
	2022	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos	77.361.816,91	78.553.188,89	79.762.908,00	80.991.256,78	82.238.522,14	83.504.995,38	84.790.972,31	86.096.753,28	87.422.643,28	88.768.951,99	90.135.993,85
Costo de Producción Y Ventas	60.121.717,38	61.047.591,83	61.987.724,74	62.942.335,70	63.911.647,67	64.895.887,05	65.895.283,71	66.910.071,08	67.940.486,17	68.986.769,66	70.049.165,91
Gastos	13.835.346,82	14.048.411,16	14.264.756,69	14.484.433,95	14.707.494,23	14.933.989,64	15.163.973,08	15.397.498,27	15.634.619,74	15.875.392,88	16.119.873,93
Utilidad	3.404.752,71	3.457.185,90	3.510.426,56	3.564.487,13	3.619.380,24	3.675.118,69	3.731.715,52	3.789.183,94	3.847.537,37	3.906.789,45	3.966.954,00
Periodos	-	1,00	2,00	3,00	4,00	5,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00
Valor Actual	3.404.752,71	3.148.050,56	2.910.702,53	2.691.249,41	2.488.342,01	2.300.732,86	2.127.268,55	1.966.882,63	1.818.589,04	1.681.476,08	1.554.700,78
VALOR TOTAL											\$22.687.994,44

Elaborado por: Criollo (2023)

Es importante mencionar que la valoración del activo depende en gran manera del país y sector al que pertenece, tal es la razón que la valoración final del sector florícola supera los 20 millones, mientras que en la investigación realizada en el sector de telecomunicaciones por Salazar, Morales y Arenas (2012) el valor obtenido rodea los 2 millones de pesos, visualizando que el valor obtenido supera en más del 50% al del sector de telecomunicaciones de Colombia.

El tercer objetivo corresponde a la propuesta de un registro contable del activo intangible en los Estados Financieros en concordancia con las normas internaciones de contabilidad y una vez valorada la marca Flor Ecuador - Latacunga, se sugiere el reconocimiento de la misma a la Asociación de Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador (EXPOFLORES), puesto que es la entidad encargada de controlar a las empresas dedicadas al cultivo y exportación de todo tipo de flores. Cabe recalcar que las 35 florícolas consideradas en la muestra de la investigación son socios de dicha entidad sin fines de lucro.

El registro contable fue aplicado bajo la Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). La Norma Internacional Financiera NIIF13, en donde se enuncia la valoración de un activo intangible. Para el registro contable también se emplea la NIC38 correspondiente al tratamiento de activos intangibles. En la tabla 21 se muestra el asiento contable propuesto.

Tabla 21 Asiento contable propuesto

CÓDIGO	CUENTA	DEBE	HABER
10204	Activo Intangible		
1020402	Marcas, Patentes, Derechos De Llave , Cuotas Patrimoniales Y Otros Similares	\$22.687.994,44	
305	Otros Resultados Integrales		
30503	Superávit Por Reevaluación De Activos Intangibles		\$22.687.994,44
P/R Reconocimiento de la marca Flor Ecuador – Latacunga			

Elaborado por: Criollo (2023)

En consecuencia, con lo expuesto anteriormente se evidencia que la marca Flor Ecuador – Latacunga registrada en el activo incrementa. Debido a que, genera beneficios futuros como lo establece la NIC38 para el reconocimiento de un activo

intangible. De la misma forma, el patrimonio se ve incrementado por el reconocimiento del activo intangible.

4.2 Fundamentación de las preguntas de investigación

¿De qué manera valorar económicamente la rosa como un activo intangible incide en el sector florícola de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi?

Durante la investigación, se fundamentó la importancia del sector florícola para la economía del país. Si bien es cierto, es el cuarto sector con más aportación a la economía del país. Debido a que en el territorio existen varias empresas dedicadas a la producción y comercialización de rosas, claveles, flores de verano, etc.

De este modo, una de las provincias con mayor presencia de florícolas es Cotopaxi, lugar del cual se valoró la marca de dos empresas, considerando el flujo de caja descontado como método de valoración.

Es importante mencionar que actualmente el mercado de flores es muy demandado, especialmente el de las rosas, por lo que empresas nacionales han logrado introducirse en mercados a gran escala como el de Estados Unidos, Holanda, Suiza, Ucrania, entre otros. Es aquí donde radica la importancia de entender y conocer un valor económico, que no está orientado al precio de un bien físico. Por el contrario, mediante la investigación se trata a la rosa latacungueña como una marca ante el mercado. De este modo, se presentan valores económicos reales basados en sus ingresos proyectos a diez años, esto debido a que la duración mínima de un cultivo de rosas equivale a esa cifra. Por lo tanto, los valores obtenidos en la investigación sirven de guía para demás empresas dedicadas a esta actividad que busquen una adquisición de marca, venta de acciones, patentes o demás análisis financieros internos para el mejoramiento de sus negocios.

CAPITULO V

CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones

- Se pudo detectar que Ecuador no posee variedades de rosa, las plantas cultivadas en el país son adquiridas a empresas extranjeras. De manera que, por dicha adquisición cancelan en promedio \$1 por planta sembrada por concepto de regalías, a pesar del proceso de cosecha que inicia a los 18 meses. Por lo tanto, la rosa no pudo ser valorada como una denominación de origen.

- En el estudio, se determinó que las rosas cultivadas en el territorio ecuatoriano especialmente en Latacunga tienen características que le hacen atractivo a mercados internacionales como son tallos más grandes, anchura, mayor cantidad de pétalos y durabilidad de la flor al momento de cortarla. Esto se produce por factores climáticos propios del sector y el país como mayor cantidad de luz que reciben las plantas, el agua, la tierra y el clima. Razón por la cual el trabajo demuestra que se debe valorar la marca por el reconocimiento y prestigio que la flor de Ecuador, especialmente la rosa a nivel internacional posee.

- Tras el análisis de los criterios de reconocimiento de las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC38) es importante resaltar que la marca cumple con las condiciones asignadas al grupo de activos intangibles. Es importante mencionar que las florícolas del país se han asociado a la Institución de productores y exportadores de flores (Expoflores), de este modo se creó la certificación Flor Ecuador, cuya marca fue registrada para poder cumplir con el objetivo principal de obtener beneficios económicos. Por esta razón es que la institución Expoflores debe reconocer las demás marcas existentes en el país como es la marca valorada en el estudio Flor Ecuador – Latacunga

- En consecuencia, de lo anterior la rosa de Ecuador en especial de Latacunga puede ser reconocida y valorada como una marca a través del método flujo de caja descontado (FCD) donde se obtuvo el valor de \$ 22.687.994,44 como valor económico del activo intangible proyectado a diez años que es el tiempo que se

protege una marca y aplicando el valor actual para descontar los flujos futuros de fondos.

5.2 Limitaciones de estudio

- Una de las limitaciones para las proyecciones de ingresos futuros fue la inexistencia de balances en la página de la Superintendencia de Compañías de tres empresas de las 35 estudiadas. Sin embargo, no fue obstáculo para culminación del proyecto

5.3 Futuras temáticas de investigación

- Durante el proceso investigativo se encontraron varias temáticas afines a la investigación realizada. Atribuyendo al sector florícola la importancia en la economía del país. Entre las principales temáticas: cómo afecta el pago de regalías al sector florícola, la rentabilidad del sector florícola, un análisis de las exportaciones de rosa en el Ecuador.
- En concordancia con el tema desarrollado podrían realizarse valoraciones de la tierra, el clima y agua del país. Considerando la importancia de estos factores al desarrollo de demás activos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aduana, E. (2022). Gestión y medición del capital intelectual (activos intangibles) en las organizaciones. *Ricea*, XI(21). Obtenido de <https://orcid.org/0000-0003-0791-9565>
- Alcívar, S. (2021). *Valoración de activos intangibles en una empresa del sector de la construcción*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnhhttp://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/17497/1/T-UCSG-PRE-ING-IC-429.pdf
- Álvarez, C. (2019). *Hacia un nuevo modelo de valoración de intangibles*. Obtenido de <https://www.tesisenred.net/handle/10803/10401#page=1>
- 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*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Banco Central del Ecuador. (31 de Marzo de 2023). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de La economía ecuatoriana reportó un crecimiento interanual de 4,3% en el cuarto trimestre de 2022: <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatoriana-reporto-un-crecimiento-interanual-de-4-3-en-el-cuarto-trimestre-de-2022#:~:text=A%20pesar%20de%20las%20p%C3%A9rdidas,en%20septiembre%20del%20a%C3%B1o%20anterior.>
- Banco Mundial. (2023). *Crecimiento de la población Mundial*. Obtenido de Ecuador: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.GROW?locations=EC>
- Bravo, E. (29 de abril de 2022). *Acción Ecológica*. Obtenido de La imposición de derechos de propiedad intelectual al Pueblo Cayambi: <https://www.accionecologica.org/la-imposicion-de-derechos-de-propiedad-intelectual-al-pueblo-cayambi/>
- Cáceres, J. (2017). *Valoración y protección de las indicaciones geográficas: el caso del limón de pica*. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile. Obtenido de <https://comunidades.cepal.org/redlas/sites/redlas/files/2020-10/Sesi%C3%83%C2%B3n%20VI%20-%20Javiera%20Caceres%20-%20paper.pdf>
- Calderón, L., Guerra, V., Gallegos, M., & Beltran, L. (2021). Competitividad del sector floricultor mediante la estrategia liderazgo en costos. *Espacios*, 13 - 23. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a21v42n20/a21v42n20p02.pdf>

- Castiblanco, C. (2020). La valoración económica ambiental. *Curso Instrumentos Económicos y Pago por Servicios Ambientales. Santiago de Cali, Valle del Cauca* (págs. 1-48). Medellín: Instituto para el Desarrollo de Antioquia. Obtenido de <http://elti.fesprojects.net/2013%20Cali/c.castiblanco.valoracion.pdf>
- Contabilidad, C. (2004). *NIC 38 Activos Intangibles*. Mexico : NIIF.
- Corporación Financiera Nacional. (2021). *Ficha Sectorial*. Quito. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2021/fichas-sectoriales-3-trimestre/Ficha-Sectorial-Flores.pdf>
- Cristeche, E., & Penna, J. (2008). *Métodos de valoración económica de los servicios ambientales*. Inta. Obtenido de https://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-metodos_doc_03.pdf
- Dassum, A. (2022). *Análisis de exportación post pandemia del sector florícola ecuatoriano, considerando los factores económicos, políticos, logísticos y salud ambiental durante el período 2021- 2022*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/20005>
- Errázuriz, C. (2010). Indicaciones geográficas y denominaciones de origen. *Revista Chilena de Derecho, XXXVII(2)*, 207-239. Obtenido de <https://www.scielo.cl/pdf/rchilder/v37n2/art02.pdf>
- Expoflores. (2019). *Informe Anual de Exportaciones*. Quito: CIM. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibphttps://expoflores.com/wp-content/uploads/2020/04/reporte-anual_Ecuador_2019.pdf
- Expoflores. (23 de octubre de 2020). *Expoflores*. Obtenido de Certificación Flor Ecuador : <https://expoflores.com/certificacion-flor-ecuador/#:~:text=La%20flor%20ecuatoriana%20es%20la,de%20MARCA%20PA%3%8DS%20%E2%80%93%20FlorEcuador%C2%AE>.
- Expoflores. (2022). *Informe de Perspectiva Económica Global para el Sector Florícola*. Expoflores. Obtenido de <https://expoflores.com/wp-content/uploads/2022/05/Panorama-econo%CC%81mico-Expoflores-abril-2022-vf.pdf>
- Ferney, B. (2019). Revisión bibliográfica de los métodos de valoración económica ambiental. 47 - 50. Obtenido de https://www.wider.unu.edu/sites/default/files/Events/PDF/Papers/ResumenposterTransicinenergicapotenciandouncrecimientosostenibletecnolgicoambientalysoc_1.pdf

- Ficco, C. (2019). Relevancia valorativa de los activos intangibles y del capital intelectual: una revisión de la literatura empírica. *Ran*, 11 - 30. Obtenido de <https://revistas.udec.cl/index.php/ran/article/view/2615>
- García, F. (2010). El impacto de la floricultura en la vida de las y los trabajadores indígenas jóvenes de las comunidades La Josefina y Cuniburo de la Parroquia de Cangahua-Cayambe. *Flacso*. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/2401>
- Gobierno del Ecuador. (2020). *Derechos Intelectuales*. Obtenido de Denominación de origen : <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/denominacion-de-origen/>
- Gobierno del Ecuador. (2023). *Derechos Intelectuales*. Obtenido de ¿Cómo registrar una marca?: <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Gómez, C., & Egas, A. (2014). *Análisis histórico del sector florícola en el Ecuador y estudio del mercado para determinar su situación actual*. Quito: Universidad San Francisco de Quito. Obtenido de <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3323/1/110952.pdf>
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). Selección de muestra. *McGraw-Hill*, 170-191. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnhttp://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf
- Llerena, J., Mayorga, P., López, A., & López, M. (2020). Los activos intangibles y la ventaja competitiva sustentable en las Pymes ecuatorianas. *Visionario Digital*, IV(3), 62-80. Obtenido de <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/VisionarioDigital/article/view/1236/3141>
- Martínez, L. (2013). Flores, trabajo y territorio: el caso de Cotopaxi. *Eutopía*, 75-100. Obtenido de <https://revistas.flacsoandes.edu.ec/eutopia/article/view/1230>
- Martinez, L. (Septiembre de 2013). Flores, trabajo y territorio: el caso Cotopaxi*. *Eutopia*(4), 75 - 100. Obtenido de <https://revistas.flacsoandes.edu.ec/eutopia/article/view/1230/1124>
- Metroflor. (26 de septiembre de 2021). *Floricultura en el mundo*. Obtenido de Evolución y desafíos de la floricultura ecuatoriana en el futuro próximo: <https://www.metroflorcolombia.com/evolucion-y-desafios-de-la-floricultura-ecuatoriana-en-el-futuro-proximo/#:~:text=El%20Ecuador%20siembra%20una%20gran,de%20flores%20en%20el%20pa%C3%ADs.>

- Morales, E., Jacobo, C., Ochoa, S., & Ibarra, E. (2019). Capital intelectual y desempeño organizacional: el caso de las instituciones de educación básica en México. *Pensamiento&Gestión*, 47 - 63. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762019000200180
- Morán , L. (Julio de 2021). Sector florícola ecuatoriano y afectación en mercado internacional a causa del. *South Florida Journal of development*, II(3), 4609 - 4621. doi: 10.46932/sfjdv2n3-061
- Nantes, E. (2019). El método Analytic Hierarchy Process para la toma de decisiones. Repaso de la metodología y aplicaciones. *Investigación operativa*, 54-73.
- Naranjo, M., & Burgos, S. (2010). Boletín Mensual de Análisis Sectorial de MIPYMES No. 4. *FLACSO*. Obtenido de <https://flacso.edu.ec/ciepymes/media/boletines/04.pdf>
- OMPI. (11 de noviembre de 2022). *índice Mundial de Innovación*. Obtenido de Activos Intangibles: https://www.wipo.int/global_innovation_index/es/news/2022/news_0007.html
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2018). *¿Qué es la Propiedad Intelectual?* (Vol. I). Ginebra: Colombettas. doi:978-92-805-1157-4
- Parker Randall. (23 de mayo de 2020). *Parker Randall*. Obtenido de NIIF para Pymes: <http://www.niifpymes.com/activos-intengibles>
- Pérez, G., & Tangarife, P. (2013). Los activos intangibles y el capital intelectual: una aproximación a los retos de su contabilización. *Unilibre*. Obtenido de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/1891>
- Pilar, E. (2014). *Indicaciones geográficas: una herramienta de diferenciación*. Santiago de Chile: ODEPA. Obtenido de chrome-extensio<https://www.odepa.gob.cl/wp-content/uploads/2014/05/indicacionesGeograficas201405.pdf>
- Porter, M. E. (2015). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior* (Segunda ed.). Distrito Federal: Grupo Editorial Patria. Obtenido de PORTER, M. E. *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior* (2a. ed.). ed. México D.F: Grupo Editorial Patria, 2015. 1117 p. Disponible en: <https://elibro.net/es/ereader/uta/114080?page=1>. Consultado en: 28 Apr 2023
- Raffo, E. (2015). Valoración económica ambiental: el problema del costo social. *Facultad de Ingeniería Industrial*, 108 - 118. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/816/81642256013.pdf>

- Rangnekar, D. (2016). *The Socio-Economics of Geographical Indications*. International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD). Obtenido de https://unctad.org/system/files/official-document/ictsd2004ipd8_en.pdf
- Statista. (12 de junio de 2023). *Statista*. Obtenido de Sociedad y Economía: <https://es.statista.com/estadisticas/1190037/tasa-de-inflacion-ecuador/>
- Suárez, J., Romero, L., Mauri, D., Llanes, J., & Gutiérrez, K. (14 de mayo de 2020). Valoración y auditoría de los activos intangibles. Una mirada conceptual. *Coffin Habana*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612020000100003&lng=es&tlng=es.
- Swissinfo. (15 de Julio de 2022). Las rosas ecuatorianas y su carrera de obstáculos para salir al mundo. Obtenido de <https://www.swissinfo.ch/spa/afp/las-rosas-ecuatorianas-y-su-carrera-de-obst%C3%A1culos-para-salir-al-mundo/47756218>
- Torre, V. (2018). Los activos intangibles en la empresa. *Tlatemoani*, 72-87. doi:1989-9300
- Toscano, L., Ortiz, R., & Bellin, E. (2013). Utilización de un método multicriterio para la selección de ongs que formaran parte de una organización virtual. *Universidad Nacional del Sur*, 109 - 121. Obtenido de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/epio/article/download/20310/19953/57441>
- Vargas, P. (12 de noviembre de 2020). *Gestión del Conocimiento*. Obtenido de Características de los activos intangibles: www.gestiondelconocimiento.com
- Vargas, R., Beizaga, W., & Becerra, V. (2021). La valoración económica como fundamento de políticas ambientales: una revisión sistemática. *Ciencia Latina*. Obtenido de https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i5.877
- Yarecuador. (14 de Febrero de 2022). Las flores de Ecuador siguen conquistando al mundo. *Noticias Ecuador*. Obtenido de Las flores de Ecuador siguen conquistando al mundo: <https://www.yara.com.ec/noticias-y-eventos/noticias-ecuador/las-flores-de-ecuador-siguen-conquistando-al-mundo/>
- Yepes, V. (27 de Noviembre de 2018). *Blog: Victoryepes*. Obtenido de Victoryepes: <https://victoryepes.blogs.upv.es/2018/11/27/proceso-analitico-jerarquico-ahp/>

ANEXOS

Tabla 22 Anexo 1. Balance General de las empresas del sector florícola (resumido)

RUC	NOMBRE	ACTIVO	ACTIVO CORRIENTE	ACTIVO NO CORRIENTE	PASIVO CORRIENTE	PASIVO NO CORRIENTE	PATRIMONIO
0590059064001	TEXASFLOWERS S.A.	1.216.832,56	385.546,86	831.285,70	696.883,22	313.168,68	206.780,66
0590059684001	FLORICOLA LA ROSALEDA S.A. FLOROSAL	5.064.024,62	1.684.720,98	3.379.546,55	1.063.362,06	2.641.930,52	1.358.732,04
0590059870001	JARDINES PIAVERI CIA. LTDA.	2.864.113,27	872.216,65	1.991.896,62	1.178.981,56	1.227.393,81	457.737,90
0590060240001	HISPANOROSSES CIA. LTDA.	1.627.867,11	491.831,55	1.136.035,56	493.587,80	231.763,61	902.515,70
0590060755001	MILROSE S.A.	1.337.242,01	534.621,76	802.620,25	660.969,38	133.940,60	542.332,03
0590060992001	AGROGANADERA ESPINOSA CHIRIBOGA S.A.	11.224.861,22	5.282.895,25	5.941.965,97	4.572.483,46	3.997.945,56	2.654.432,20
0591701088001	ROSESUCCESS CIA. LTDA.	1.452.287,67	669.811,21	782.476,46	859.002,64	279.456,70	313.828,33
0591720996001	ANTONELAFLO S.A.	51.308,57	46.904,33	4.404,24	5.622,17	25.739,23	19.947,17
0591728431001	FLORICOLA BLOOMHAUS S.A.	69.251,37	7.706,60	61.544,77	402.315,64	-	-333.064,27
0591746286001	AVICFIME CIA.LTDA.	44.263,47	80,14	44.183,33	29.543,40	-	14.720,07
0591753290001	SANIMAGARDEN S.A.	2.179.698,36	439.503,05	1.740.195,31	2.142.694,24	16.043,07	20.961,05
0591753606001	SKYROSES CIA.LTDA.	423.310,47	271.338,02	151.972,45	430.211,78	-	-6.901,31
0591756567001	WAYRAFLOR CIA.LTDA.	400,00	400,00	-	-	-	400,00
0591757954001	FLORÍCOLA TANGARAROSSES CIA.LTDA.	762.426,10	136.414,53	-	265.449,06	221.311,20	275.645,84
0591759353001	PRILIKA FLOWERS S.A.S.	724.882,23	706.482,51	18.399,72	140.563,56	189.698,11	394.620,56
0591760165001	JYR QUALITY FLOWERS SOLUTIONS S.A.	88.366,84	77.311,49	11.055,35	83.493,54	-	4.873,30
0591761315001	COMEXIGER S.A.S.	49.916,78	49.750,68	166,10	18.432,79	-	31.483,99
0591762087001	SOFI&FARMS S.A.S.	2.082.822,38	261.043,09	1.821.779,29	493.242,06	1.983.975,64	-394.395,32

0591762214001	FINCA LOVEL& FLOWERS S.A.S.	17.654,84	6.812,34	10.842,50	10.543,17	-	7.111,67
0591762532001	HANAMI S.A.S.	343.848,86	151.772,43	192.076,43	201.934,58	173.765,44	-31.851,16
0591762725001	RANCHOBELLAVISTA CIA.LTDA.	19.293,65	19.293,65	-	17.293,65	-	2.000,00
0591762989001	AYALAS GROWERS S.A.S.	2.367,93	1.314,52	226,66	-	-	2.367,93
0591763194001	HIGH CONNECTION FLOWERS HCF CIA.LTDA.	1.000,00	1.000,00	-	-	-	1.000,00
1790889114001	AGROPROMOTORA DEL COTOPAXI AGROCOEX S. A.	9.034.925,13	2.160.954,33	6.873.970,80	1.990.774,43	3.415.443,39	3.628.707,31
1791302524001	QUITO INORFLOWERS TRADE CIA. LTDA.	3.060.944,87	415.920,20	2.645.024,67	675.378,43	1.877.628,69	507.937,75
1791330919001	VALLE DEL SOL S.A. VALDESOL	2.573.711,05	775.612,34	1.798.098,71	368.127,05	2.002.662,45	202.921,55
1791404483001	FLORES SANTA MONICA ÑANTA CIA. LTDA.	1.080.242,05	1.080.242,05	-	-	-	1.080.242,05
1792289653001	HIGHLANDPROFARM CIA. LTDA.	137.157,71	77.803,21	59.354,50	262.531,92	-	-125.374,21
1792467462001	GRUPO VARGAS CHILE CIA. LTDA.	370.812,60	111.025,29	259.787,31	186.707,04	35.131,60	148.973,96
1792491770001	ROSEMIROVICH ROSES CIA. LTDA.	871.968,99	170.970,58	700.998,41	346.665,64	409.316,61	115.986,74
1792583829001	FLORANATION PRODUCTORES DE FLORES S.A.	2.970.015,01	391.542,19	2.578.472,82	1.605.482,83	511.998,99	852.533,19
1792895049001	FLORICOLA PONTÓN FOREVERFLOR CIA.LTDA.	3.044.316,29	1.810.632,76	1.233.683,53	1.041.132,60	1.533.981,53	469.202,16
1792941199001	SAPPHIREROSSES S.A.	379.752,34	72.369,71	307.382,63	145.407,00	107.281,03	127.064,31
1891750826001	VOLCANO GARDENS PLANTACIONES S.A.	2.449.564,82	1.223.195,95	1.094.983,17	739.666,29	527.370,73	1.182.527,80
Total general		57.621.451,17	20.389.040,25	36.474.429,81	21.128.482,99	21.856.947,19	14.636.000,99

Elaborado por: Criollo (2023)

Fuente: SUPERCIAS (2023)

Tabla 23 Estado de Resultados del sector florícola Latacunga (resumido)

Ruc	Nombre	Ingresos actividades Ordinarias	Otros Ingresos	Gastos Venta	Gastos Administrativos	Gastos Financieros	Costo De Ventas Y Producción	Ingresos Por Comisiones	Ingresos Financieros	Otros Ingresos Financieros	Otros
0590059064001	TEXASFLOWERS S.A.	1.695.031,96	-	215.913,22	291.673,11	1.306,01	1.271.503,29	-	62,26	-	-
0590059684001	FLORICOLA LA ROSALEDA S.A.	6.036.976,38	-	293.546,91	490.258,27	227.386,32	4.595.742,54	-	18.340,47	14.330,34	-
0590059870001	FLOROSAL JARDINES PIAVERI CIA. LTDA.	3.992.626,76	45.531,44	-	953.302,69	57.741,80	3.174.700,07	-	-	-	-
0590060240001	HISPANOROSAS CIA. LTDA.	1.441.914,32	-	23.161,56	207.910,49	7.912,10	963.474,82	-	-	-	10.492,00
0590060755001	MILROSE S.A.	1.737.570,88	-	63.779,45	232.717,75	20.708,53	1.305.250,03	-	-	-	-
0590060992001	AGROGANADERA ESPINOSA CHIRIBOGA S.A.	18.528.028,98	2.860,77	484.645,65	959.298,34	187.673,97	16.520.008,29	-	-	-	-
0591701088001	ROSESUCCESS CIA. LTDA.	2.427.284,57	-	66.977,72	416.874,40	40.071,64	1.919.569,62	-	566,63	-	-
0591720996001	ANTONELAFLORES S.A.	-	-	-	415,47	-	-	-	-	-	-
0591728431001	FLORICOLA BLOOMHAUS S.A.	45.000,00	-	-	18.606,55	150,99	51.197,28	-	-	-	-
0591746286001	AVICFIME CIA.LTDA.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0591753290001	SANIMAGARDEN S.A.	1.355.089,50	-	420.226,01	397.781,93	-	547.495,08	-	-	-	1.354.444,75
0591753606001	SKYROSES CIA.LTDA.	884.104,82	-	125.933,84	-	-	879.462,27	-	-	-	-
0591756567001	WAYRAFLOR CIA.LTDA.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0591757954001	FLORÍCOLA TANGARAROSAS CIA.LTDA.	219.342,97	-	9.518,84	101.719,39	2.857,45	334.680,01	-	-	-	-
0591759353001	PRILIKA FLOWERS S.A.S.	1.790.062,87	-	121.505,47	-	29.257,96	1.246.423,19	1.569,34	-	-	-
0591760165001	JYR QUALITY FLOWERS SOLUTIONS S.A.	316.742,91	-	19.578,13	5.412,53	7.365,61	278.615,21	-	-	-	-
0591761315001	COMEXIGER S.A.S.	290.262,73	-	-	6.983,99	262,95	248.413,42	-	-	-	-
0591762087001	SOFI&FARMS S.A.S.	217.554,98	-	-	116.853,44	67.795,90	367.408,98	-	-	-	-
0591762214001	FINCA LOVEL& FLOWERS S.A.S.	15.163,21	-	-	435,76	-	7.828,55	-	-	-	-

0591762532001	HANAMI S.A.S.	274.539,54	-	-	66.879,57	2.161,25	205.703,32	2.043,93	-	-	-
0591762725001	RANCHOBELLAVISTA CIA.LTDA.	-	11,20	-	-	-	-	-	-	-	-
0591762989001	AYALAS GROWERS S.A.S.	4.684,00	-	-	1.036,35	5,58	-	-	-	-	-
0591763194001	HIGH CONNECTION FLOWERS HCF CIA.LTDA.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1790889114001	AGROPROMOTORA DEL COTOPAXI AGROCOEX S. A.	12.673.167,17	253,64	739.370,93	998.897,55	153.288,05	10.294.870,76	-	-	-	196.848,33
1791302524001	QUITO INORFLOWERS TRADE CIA. LTDA.	1.716.521,60	327.335,49	37.272,59	242.357,50	17.554,62	1.775.825,35	-	-	-	-
1791330919001	VALLE DEL SOL S.A. VALDESOL	2.672.081,00	-	154.882,38	393.284,72	69.579,13	2.376.980,34	-	-	-	-
1791404483001	FLORES SANTA MONICA NANTA CIA. LTDA.	59.338,19	-	-	3.542,95	17,00	2.244,00	-	59.057,35	-	280,84
1792289653001	HIGHLANDPROFARM CIA. LTDA.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1792467462001	GRUPO VARGAS CHILE CIA. LTDA.	414.210,58	-	-	102.253,57	586,91	385.152,97	-	-	-	-
1792491770001	ROSEMIROVICH ROSES CIA. LTDA.	1.192.058,42	6.515,14	1.044.181,56	125.688,71	15.267,24	-	-	-	-	1.185.543,28
1792583829001	FLORANATION PRODUCTORES DE FLORES S.A.	2.847.454,42	19.124,77	-	191.402,61	66.830,42	2.575.594,38	-	-	-	-
1792895049001	FLORICOLA PONTÓN FOREVERFLOR CIA.LTDA.	7.402.462,60	-	-	1.779.524,35	24.074,50	5.426.439,40	-	-	-	1.343,10
1792941199001	SAPPHIREROSES S.A.	518.228,79	-	100.613,50	45.259,21	6.664,21	309.850,32	-	-	-	-
1891750826001	VOLCANO GARDENS PLANTACIONES S.A.	3.299.932,11	51.438,85	445.193,77	273.309,58	38.844,37	3.057.283,89	-	-	-	-
Total general		74.067.436,26	453.071,30	4.366.301,53	8.423.680,78	1.045.364,51	60.121.717,38	3.613,27	78.026,71	14.330,34	2.748.952,30

Elaborado por: Criollo (2023)

Fuente: SUPERCAS (2023)