

Bogotá, D.C.,

REFERENCIA:

No. del Radicado	1-2026-017322
Fecha de Radicado	25 de mayo de 2026
No. Radicación CTCP	2026-0146
Tema	Reconocimiento marca generada internamente

CONSULTA (TEXTUAL)

"(...) ANTECEDENTES

1. La compañía cuenta con dos marcas comerciales de gran trayectoria, las cuales fueron construidas y puestas en marcha en los años 1974 y 1998, respectivamente.
2. Históricamente, y debido a la antigüedad de los intangibles, estos nunca fueron reconocidos como activos en los estados financieros de la entidad, ni bajo la norma anterior (Decreto 2649 de 1993) ni en el proceso de convergencia a los nuevos marcos técnicos normativos (NIIF).
3. A la fecha, la administración no cuenta con la información ni los soportes históricos necesarios para determinar los costos en los que se incurrió para el desarrollo, registro y establecimiento inicial de dichas marcas.
4. Actualmente, la empresa tiene el interés de realizar una valoración comercial y técnica de estas marcas a través de un perito experto, con el objetivo de incorporar dicho valor en la contabilidad y reflejar la realidad económica de la empresa.

PREGUNTAS: Con base en los antecedentes expuestos y considerando los marcos técnicos normativos vigentes en Colombia (Decreto 2420 de 2015 y sus modificaciones), me permito consultar:

1. ¿Es viable legal y técnicamente, bajo el marco de las NIIF Plenas, realizar la valoración técnica de una marca generada internamente que nunca ha sido contabilizada, con el fin de reconocerla por primera vez como un activo intangible en los estados financieros actuales?
2. Si la respuesta es negativa debido a la prohibición del reconocimiento de activos generados internamente, ¿existe alguna excepción aplicable para marcas antiguas de las cuales se haya perdido el rastro del costo histórico, pero que hoy generan beneficios económicos claros y medibles?
3. En caso de que normativamente no se permita su reconocimiento en el cuerpo del Estado de Situación Financiera, ¿cuál es el mecanismo adecuado para revelar el valor de estas marcas en las Notas a los Estados Financieros para que los usuarios de la información conozcan su existencia e impacto económico?
4. Si la empresa optará por vender estas marcas a una tercera empresa o a una filial, ¿ese adquirente sí podría reconocer la marca en su contabilidad por el valor de la compra? (...)

Carrera 13 N° 28 – 01 Piso 6 / Bogotá, Colombia
Código Postal 110311
Conmutador (601) 606 7676 – Línea Gratuita 01 8000 958283
Email: consultasctcp@mincit.gov.co
www.ctcp.gov.co

RESUMEN:

De conformidad con la NIC 38 – Activos Intangibles, las marcas generadas internamente no pueden reconocerse como activos intangibles en los estados financieros, aun cuando generen beneficios económicos futuros y exista una valoración técnica de las mismas. Esta restricción obedece a que los desembolsos asociados a la generación de marcas no pueden distinguirse del costo de desarrollar el negocio en su conjunto. No obstante, las entidades podrán suministrar información complementaria en las revelaciones cuando consideren que dicha información resulta relevante para los usuarios de los estados financieros. Por su parte, las marcas adquiridas mediante una transacción independiente sí podrán reconocerse como activos intangibles, de conformidad con los requerimientos del marco técnico normativo aplicable.

CONSIDERACIONES Y CONCEPTO

El Consejo Técnico de la Contaduría Pública (CTCP), en su calidad de organismo permanente de normalización técnica de Normas de Contabilidad, Información Financiera y Aseguramiento de la Información, adscrito al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y conforme a las disposiciones legales vigentes, principalmente las contempladas en la Ley 43 de 1990, la Ley 1314 de 2009 y los decretos que las desarrollan, procede a dar respuesta a la consulta de manera general, sin pretender resolver casos particulares, en los siguientes términos:

- 1. ¿Es viable legal y técnicamente, bajo el marco de las NIIF Plenas, realizar la valoración técnica de una marca generada internamente que nunca ha sido contabilizada, con el fin de reconocerla por primera vez como un activo intangible en los estados financieros actuales?***
- 2. Si la respuesta es negativa debido a la prohibición del reconocimiento de activos generados internamente, ¿existe alguna excepción aplicable para marcas antiguas de las cuales se haya perdido el rastro del costo histórico, pero que hoy generan beneficios económicos claros y medibles?***
- 3. En caso de que normativamente no se permita su reconocimiento en el cuerpo del Estado de Situación Financiera, ¿cuál es el mecanismo adecuado para revelar el valor de estas marcas en las Notas a los Estados Financieros para que los usuarios de la información conozcan su existencia e impacto económico?***

Sea lo primero indicar que la determinación del valor económico de una marca mediante estudios de valoración corresponde al ámbito propio de los profesionales especializados en valoración. No obstante, la existencia de una valoración independiente no determina por sí misma la procedencia de su reconocimiento contable, aspecto que debe evaluarse

conforme a los criterios establecidos en los marcos técnicos normativos de información financiera.

Para efectos contables, los párrafos 63 y 64 de la NIC 38 establecen:

*"63 **No se reconocerán como activos intangibles las marcas, las cabeceras de periódicos o revistas, los sellos o denominaciones editoriales, las listas de clientes u otras partidas similares que se hayan generado internamente.***

*64 **Los desembolsos incurridos para la generación interna de marcas, cabeceras de periódicos, sellos o denominaciones editoriales, listas de clientes u otras partidas similares, no pueden distinguirse del costo de desarrollar la actividad empresarial en su conjunto. Por lo tanto, estas partidas no se reconocerán como activos intangibles".***

De acuerdo con lo anterior, una marca desarrollada internamente no puede reconocerse como activo intangible en los estados financieros, aun cuando la entidad pueda demostrar que genera beneficios económicos futuros o que posee un valor económico significativo.

La restricción contenida en los párrafos 63 y 64 de la NIC 38 no se encuentra asociada a la antigüedad de la marca ni a la imposibilidad de determinar su costo histórico, sino a la naturaleza misma de los activos generados internamente. Por lo tanto, aun cuando una entidad logre estimar razonablemente el valor actual de una marca mediante una valoración técnica independiente, dicha circunstancia no habilita su reconocimiento como activo intangible cuando la marca ha sido desarrollada internamente.

Por lo anterior, la NIC 38 no contempla excepciones que permitan reconocer en los estados financieros una marca generada internamente por el solo hecho de que sea antigua, tenga un elevado valor económico o existan dificultades para determinar los desembolsos históricos asociados a su creación y desarrollo.

Ahora bien, en aquellos casos en que la administración considere que la existencia de una marca desarrollada internamente constituye información relevante para los usuarios de los estados financieros, podrá incluir información descriptiva en las notas, explicando la naturaleza del activo, su importancia para el negocio y, cuando resulte apropiado, la existencia de estudios o valoraciones efectuadas para fines internos o de gestión.

No obstante, dichas revelaciones tienen carácter complementario y no sustituyen los criterios de reconocimiento establecidos en la NIC 38. Por consiguiente, la información revelada en notas no implica el reconocimiento de un activo intangible ni modifica los importes presentados en el estado de situación financiera.

La situación descrita tampoco constituye un error de adopción que pueda corregirse mediante un ajuste retrospectivo, puesto que la propia NIC 38 prohíbe el reconocimiento de marcas generadas internamente. En consecuencia, aun si la entidad revisara su proceso de convergencia o la aplicación inicial de las NIIF, ello no habilitaría el reconocimiento de dichas marcas como activos.

Corresponderá a la administración evaluar la pertinencia, alcance y forma de dichas revelaciones, atendiendo los principios de relevancia y representación fiel de la información financiera.

4. Si la empresa optará por vender estas marcas a una tercera empresa o a una filial, ¿ese adquirente sí podría reconocer la marca en su contabilidad por el valor de la compra?

La circunstancia de que una marca generada internamente no pueda ser reconocida como activo intangible por la entidad que la desarrolló no impide que dicha marca sea objeto de una transacción de venta o cesión a terceros.

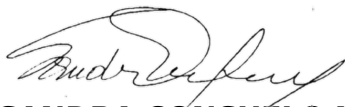
La prohibición prevista en los párrafos 63 y 64 de la NIC 38 se refiere exclusivamente a marcas generadas internamente.

En consecuencia, cuando una entidad adquiere una marca mediante una transacción independiente, el activo deja de tener la condición de “generado internamente” para el adquirente y podrá reconocerse como un activo intangible adquirido, siempre que se cumplan los criterios de reconocimiento establecidos en la NIC 38.

Por lo tanto, si una marca es adquirida mediante una transacción independiente, el adquirente podrá reconocerla como un activo intangible por su costo de adquisición, siempre que sea probable la obtención de beneficios económicos futuros atribuibles al activo y que su costo pueda medirse de forma fiable, de conformidad con la NIC 38. Si la transferencia ocurre entre entidades bajo control común o pertenecientes al mismo grupo económico, además de los requerimientos de la NIC 38 deberán analizarse las normas aplicables a transacciones entre vinculados y los efectos correspondientes en los estados financieros separados y consolidados. En particular, el reconocimiento en los estados financieros consolidados podría diferir del tratamiento aplicado en los estados financieros individuales de las entidades participantes.

En los términos expuestos, se absuelve la consulta, señalando que este organismo se ha basado exclusivamente en la información proporcionada por el peticionario. Los efectos de este concepto se encuentran enunciados en el artículo 28 de la Ley 1437 de 2011.

Cordialmente,



SANDRA CONSUELO MUÑOZ MORENO
Consejera CTCP

Proyectó: Mauricio Ávila Rincón / Miguel Ángel Díaz Martínez
Consejero Ponente: Sandra Consuelo Muñoz Moreno
Revisó y aprobó: Sandra Consuelo Muñoz M. / Jorge Hernando Rodríguez H.