

Facultad de Ciencias Económicas- Universidad de Buenos Aires
Instituto de Investigaciones Contables "Prof. Juan Alberto Arévalo"

LOS ESTADOS CONTABLES BÁSICOS DE CIERRE DE EJERCICIO Y EL INFORME CONTABLE PARA LA VENTA

Trabajo presentado a las XVII^{as} Jornadas Universitarias de Contabilidad - Tandil - Noviembre 1996
Obtuvo el Premio "Héctor Raúl Bértora"

**JUAN CARLOS VIEGAS
INÉS MERCEDES GARCÍA FRONTI
IGNACIO FABIÁN GAJST**

Publicación "Contabilidad y Auditoría"
Año 2 Nº 4 Noviembre 1996

ÍNDICE

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

I.- DETERMINACIÓN DEL VALOR PARA LA VENTA Y LA COMPRA

- I.1 Fondo de Comercio: Balance de absorción y fusión
- I.2 Participación mayoritaria o influencia dominante
- I.3 Salvataje empresario - Ley 24.522: Concursos y Quiebras

II.- LOS VALORES INTANGIBLES NO REGISTRADOS

- II.1 Concepto de costo, valor de reposición, valor neto de realización y riqueza
- II.2 Valor llave autogenerado por la empresa

III.- LOS ASPECTOS MICROECONÓMICOS EN LOS PROCESOS DE VALUACIÓN DEL NEGOCIO

- III.1 ¿Se pueden valorar la clientela, la relación con los proveedores, la capacitación del personal? ¿bajo qué condiciones?
- III.2 Marcas y patentes, desarrollo de nuevos productos y publicidad

IV.- EL TRATAMIENTO CONTABLE DEL VALOR LLAVE, UNA VEZ QUE SE INCORPORÓ AL PATRIMONIO DE UN ENTE

V. CONCLUSIONES

RESUMEN

La preparación de un informe contable para la venta de la empresa, exige la adopción de un conjunto de criterios y principios contables específicos que responde a esos fines; los mismos se apartan de las normas de aplicación obligatoria para la preparación de los estados contables de cierre, cuyo objetivo principal es la determinación del resultado de ejercicio.

Teniendo en cuenta, la importancia que tienen los estados contables de uso externo, creemos conveniente señalar los alcances de los mismos en los procesos de evaluación de la marcha de la empresa y por otra parte, es necesario considerar las limitaciones que ofrecen estos informes para brindar información suficiente que permita determinar el valor de venta de una empresa en marcha.

La elección de las técnicas de medición a aplicar, está relacionada con las clases de combinaciones de negocios que se pretenden formalizar. Para este análisis hemos seleccionado los siguientes casos: a) Compra de un fondo de comercio: Balance de fusión y/o absorción, b) Compra de una participación mayoritaria o influencia dominante y c) Salvataje empresario -ley 24522: Concursos y Quiebras.

En la preparación de los estados contables de cierre de ejercicio, no se admite *la posibilidad de autogenerar un valor intangible*, o la búsqueda de un valor actual o corriente de aquellos activos intangibles que pueden transferirse con independencia de la empresa que los posee (patentes, marcas, etc.).

La *clientela* de la empresa así como también otros aspectos -mejores niveles de competitividad, asegurarse el abastecimiento de materias primas claves, contar con recursos humanos altamente calificados que garanticen la calidad de los productos o servicios que se comercializan, un buen nombre comercial, marcas, patentes, procedimientos de fabricación, etc.- se constituyen en una llave importante del negocio, que en definitiva permitirán concretar las expectativas que se tienen de la inversión.

Una clara identificación de los factores que sirvieron de base para el cálculo del valor llave, permitirá determinar los criterios que mejor se ajustan para el reconocimiento del cargo por amortización contable que debe realizarse: la clara determinación del origen y las causas que originan el valor llave, representan un paso sustantivo para establecer los procesos de amortización pero no podemos ignorar que los criterios de amortización, representan dentro de los procesos contables, una de las cuestiones que aún presentan aristas complejas.

INTRODUCCIÓN

La preparación de un informe contable para la venta de la empresa, exige la adopción de un conjunto de criterios y principios contables específicos que responde a esos fines; los mismos se apartan de las normas de aplicación obligatoria para la preparación de los estados contables de cierre, cuyo objetivo principal debería ser la determinación del resultado de ejercicio.

Teniendo en cuenta la importancia que tienen los estados contables de uso externo, creemos conveniente señalar los alcances de los mismos en los procesos de evaluación de la marcha de la empresa y por otra parte, es necesario considerar las limitaciones que ofrecen estos informes para brindar información suficiente que permita determinar el valor de venta de una empresa en marcha.

Las claves necesarias para la preparación de los informes contables, que son utilizados en los procesos de negociación para la venta de una entidad, se vinculan más con los requerimientos que realiza el comprador que con las decisiones que puedan adoptar aquellos que ostentan la propiedad de la entidad sujeta a enajenación.

El interés de un comprador se centra en la validez de las proyecciones futuras que presenta el negocio, de forma tal de poder justificar su decisión de inversión. Sin embargo, los hechos y/o sucesos del pasado deben reflejarse claramente al momento de realizar la negociación. El comprador, apuntará a buscar señales claras que le permitan comprobar la razonabilidad de las pautas de valuación que se utilizaron en los procesos de preparación de la información contable para la venta.

El modelo de informe para la venta que se prepare, adquiere características diferentes según se trate de una *venta total* - transferencia de un fondo de comercio-, cuando la venta sea una parte importante del paquete accionario que represente el *control*, o simplemente la determinación del valor de una *participación minoritaria*.

Los argumentos que utiliza el que vende un negocio, se ordenan según la jerarquía que mejor logre justificar el precio que se pretende obtener; algunos elementos son *objetivamente medibles* otros son supuestos que representan *imágenes probables a realizarse en el futuro*, en el corto, mediano y largo plazo.

Es ampliamente reconocido que la evaluación de un proyecto de inversión, exige un estudio meduloso de las variables que hacen viable el negocio y las características de la tarea que debe realizarse difieren si se trata de un proyecto en marcha: en estos casos se privilegian las utilidades que puede arrojar el negocio en el futuro, y que le justifique al comprador el esfuerzo que le significa realizar la inversión.

Con el solo fin de centrar nuestra atención, los puntos que van a dominar la escena en los procesos de negociación, giran en torno al grado de razonabilidad de los valores asignados a los elementos tangibles, bienes y derechos que integran la inversión -activo- y la contrapartida, financiación ajena -pasivo-.

Entre los elementos esenciales, que no pueden omitirse para determinar el *valor empresa* figuran los hechos contingentes que puedan afectar los *valores netos* resultantes de la ecuación:

$$\text{total Activo} - \text{total Pasivo} = \text{Valor neto determinado}$$

En el cálculo propuesto no se encuentra incorporado, el *valor llave de negocio* o suma de dinero que pretende recibir el vendedor y que el comprador podría llegar a pagar. Por otra parte, el valor neto determinado será una consecuencia de los criterios de medición que se adopten: costo, valor de reposición, valor neto de realización, etc.

La posibilidad de reconocimiento del *valor llave de negocio*, se vincula con las decisiones que toma el comprador, cuando se concreta la venta de una empresa y dentro del precio convenido se hubiera reconocido un valor por encima de el valor neto determinado.

En consecuencia, si el comprador paga un importe mayor al valor que se puede asignar a los activos netos, estamos en condiciones de revelar un *activo intangible* por el mayor valor abonado.

A efectos de fundar la medición y valuación de los activos intangibles, consideramos interesante mencionar las normas contables que se aplican en un país que tiene una larga tradición en el análisis de estas cuestiones: Estados Unidos de América. Sus principios de contabilidad generalmente aceptados¹ señalan:

“El costo de un intangible se mide (1) por el monto de efectivo entregado en pago o el valor razonable de mercado de los otro activos entregados a cambio, o (2) por el valor presente de los montos a pagarse por obligaciones incurridas, o (3) por el valor razonable de mercado de la compensación recibida al emitirse acciones (el costo puede determinarse de acuerdo al valor razonable de la propiedad entregada o por el valor razonable del bien adquirido, el que sea más claramente determinable)”.

¹ FASB: “Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados de EE.UU.”; APB 17 párr. 25.

Los límites de valuación de los activos intangibles, pueden encontrar un marco general en las observaciones que se realizan sobre la futura marcha del proyecto y puede tratarse de ciertas ventajas competitivas que son, en todo los casos, inseparables del negocio que se adquiere.

En general la doctrina no reconoce la posibilidad de autogenerar un valor llave, solamente es posible el registro cuando es consecuencia de un sacrificio realizado. En la Argentina, algunos autores, sostienen la posibilidad de reconocer un mayor valor de los intangibles al cierre de ejercicio, cuando existan evidencias posteriores al cierre que demuestran su efectiva realización.

En síntesis, todos los indicadores que se utilizan para definir el valor de la empresa, apuntan a un mismo objetivo que es reconocer la posibilidad de que el proyecto pueda generar en el futuro utilidades superiores a las que pueden lograrse con una inversión razonablemente segura.

El *valor llave de un negocio*, se integra al activo de la entidad y su tratamiento es inseparable del negocio que se adquiere, no tiene un valor autónomo como ocurre con algunos otros activos intangibles como por ejemplo las patentes, las marcas, etc.

El cálculo del valor llave se vincula con los ingresos futuros esperados, partiendo de una estructura preexistente que se supone no se modificará, en el corto plazo y/o mediano plazo, dependiendo del tipo de explotación de que se trate y exige un análisis del comportamiento de los diferentes factores que intervienen para el desarrollo de la actividad.

Los ingresos son el resultado de las actividades que realiza la empresa con terceros que demanda sus productos o servicios. El comportamiento futuro de los *clientes* es un factor esencial para determinar el éxito de la inversión. Para demostrar esta conclusión, tenemos que partir de una premisa que consiste en reconocer que todos los demás elementos que hacen al funcionamiento de la empresa que se adquiere, actúan armónicamente dentro de un conjunto de variables razonablemente controlables.

La *clientela* que la empresa posee es una **llave** importante del negocio, ésta es la que en definitiva permitirá concretar las expectativas que se tienen de la inversión, el estudio destinado a observar su posible comportamiento es de vital importancia en las decisiones de compra de una empresa, es por ello, que su análisis nos exige un capítulo específico.

Otro aspecto de relevante importancia, se encuentra en aquellos activos intangibles que integran el activo de la explotación a su valor original y que representan expectativas futuras de ingresos.

Finalmente, el tratamiento contable que es necesario adoptar, una vez incorporado el *valor llave*, exige vincular los procesos de agotamiento del activo en relación con los momentos que se espera obtener los beneficio de la inversión, en este aspecto los EE.UU.² señalan:

El costo de cada activo intangible debe amortizarse contra los ingresos del período que beneficia, que no puede exceder 40 años

Esta posición, representa un cambio en la doctrina que sostenía que éste tipo de activos no estaba sujetos a proceso de depreciación ni agotamiento.

I.- DETERMINACIÓN DEL VALOR PARA LA VENTA Y LA COMPRA

La determinación del valor de venta o compra, exige la preparación de un informe contable cuyo soporte principal lo constituyen los estados contables básicos. Para ello, se requiere aplicar un conjunto de técnicas de medición, basado en los principios de costo o criterios de valuación, ambos como expresión de los procesos de medición y destinados a establecer las bases monetarias para la negociación.

La elección de las técnicas de medición a aplicar, está relacionada con las clases de combinaciones de negocios que se pretenden formalizar. Para este análisis hemos seleccionado los siguientes casos:

- I.1 Compra de un fondo de comercio:** Balance de fusión y/o absorción
- I.2 Compra de una participación mayoritaria o influencia dominante**
- I.3 Salvataje empresario -ley 24522:** Concursos y Quiebras

²Op. Cit. párr.29.

Un aspecto difícil de determinar en los procesos de negociación para cada una de las alternativa enunciadas, es la existencia de *pasivos contingentes*. Las posibilidades de determinar sus efectos en el futuro y la obtención de garantías suficientes, representan un paso vital para que se puedan concretar las negociaciones.

En lo referente a las *contingencias positivas* derivadas de quebrantos impositivos declarados ante los organismos de recaudación que pueden haber sido reconocidos por aplicación de la técnica del impuesto diferido, la posibilidad de recuperación se deriva de una situación contingente de difícil concreción (ésta es la experiencia en nuestro país). En consecuencia, no es conveniente incorporar las contingencias de este tipo en los informes contables para la compra.

I.1 Fondo de comercio: Balance de absorción y fusión

Las normas legales señalan³

“Hay fusión cuando dos o más sociedades se disuelven sin liquidarse, para constituir una nueva; o cuando una ya existente se incorpora a otra u otras que sin liquidarse, son disueltas.

Efectos: La nueva sociedad o la incorporante adquiere la titularidad de los derechos y obligaciones de las sociedades disueltas, produciéndose la transferencia total de sus respectivos patrimonios al inscribirse en el Registro Público de Comercio el acuerdo definitivo de fusión y el contrato o estatuto de la nueva sociedad o el aumento de capital que hubiere tenido que efectuar la incorporante.”

Los procesos de medición del patrimonio en la combinación de negocios, deben aceptar las reglas que surjan de los acuerdos que las partes formalizan, respetando los límites que el mercado ofrece. Por tratarse de una regla natural; ninguna persona está dispuesta u obligada a recibir un bien por un valor mayor cuando el mercado lo ofrece a un precio menor.

En la *fusión* las partes que negocian establecen los principios que orientarán las mediciones del patrimonio en la consolidación y, por otra parte, acordarán las características de la estructura de organización para la conducción de la nueva entidad que se constituye. Los problemas a resolver giran en torno de: sueldos de los funcionarios, reconocimientos de gastos activados, cuotas de amortización aplicadas a los activos y de los acuerdos que se logren para facilitar la *fusión*.

³ Ley de Sociedades Comerciales N°19.550 Art. 82.

Los pasos para presentar el estado contable consolidado de *fusión* requieren, en primer termino, la armonización de los principios contables que se apliquen de acuerdo con el *modelo contable* que adopte la entidad absorbente.

La medición en la *absorción*, exige estimaciones que vinculen los valores del mercado con los importes que se asignan a los bienes incorporados; ya que por lo común en la compra de un fondo de comercio se paga un *precio total*, sin identificar los valores de los bienes que individualmente integran el patrimonio.

Los instrumentos de medición que pueden acordarse en los procesos de negociación y que definen el *modelo contable* a adoptarse, son los criterios clásicos tales como: Costo, Valor de reposición, Valor actual para créditos y deudas, Valor neto de realización.

El cálculo del *valor llave* surgirá de la diferencia entre el o los patrimonios netos de las sociedades que se integran en el balance de consolidación y el precio total que se abona en la *absorción* o la valuación que se realice en la *fusión*. La medición del valor llave será una consecuencia del *modelo contable* que se utilice.

Las posibilidades de utilizar los criterios de valuación de costo histórico o los modelos que aplican en las mediciones los valores corrientes en los procesos de consolidación, determinarán un *valor llave* que tomará diferentes dimensiones.

La doctrina contable siempre ha reconocido al *Valor llave de Negocio* como un importe abonado por encima del *valor neto* del activo que se adquiere, y no considera la posibilidad de que exista una llave negativa.

En esta cuestión, consideramos que podría aceptarse el tratamiento utilizado en la compra de acciones mediante la aplicación del valor patrimonial proporcional, donde se reconoce un *valor llave negativo* como resultado de un precio pagado menor al valor de los activos que se adquieren en la negociación.

Esta idea, está basada en los usos y costumbres contables, que no reconocen las pérdidas o ganancias cuando en el momento de la compra o de la fusión se abona un importe diferente al valor de los activos netos incorporados, ligando el futuro del proyecto con las expectativas de que los hechos y sucesos que ocurran finalmente determinarán si ese valor pagado de más o de menos puede ser tratado como un resultado.

I.2 Participación mayoritaria o influencia dominante

Este tema, se puede profundizar al estudiar la aplicación del método de valuación patrimonial proporcional según las normas profesionales vigentes⁴, y existe una importante doctrina⁵ que aborda las cuestiones específicas para este tipo de activos.

En las combinaciones de empresas, una de la características distintivas de la fusión y/o absorción, es que se respeta la identidad jurídica de cada una de las entidades que configuran el conjunto económico; si bien se relacionan por la integración de sus capitales, cada entidad tiene su propia personería.

Las mediciones que se realizan para valuar la tenencia en acciones que posee un ente controlante, exigen definir las condiciones para justificar la existencia del *valor llave positivo o negativo*. Su cálculo, es el resultado de comparar el importe abonado por cada acción en el momento de la compra, con el valor que la misma puede tener en relación al patrimonio neto del o de los ente/s emisor/es.

El mantenimiento del *valor llave* en el patrimonio y su relación con el futuro del proyecto -empresa-, son cuestiones contables que exigen un adecuado análisis de los comportamientos de los elementos que dieron origen a su creación. En consideración de la síntesis que se propone en este trabajo, recomendamos analizar entre otros textos, los aportes normativos y doctrinarios mencionados.

⁴Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas: Resoluciones Técnicas N°4 y N°5.

⁵Viegas J.C. Fronti de García L., Pahlen Acuña R.J.M., Chaves O. A.: "Contabilidad - Presente y Futuro", Ediciones Macchi, 1996.

I.3 Salvataje empresario - ley 24522: Concursos y Quiebras

Si bien la simple enunciación de este tema nos ubica ante una cuestión muy específica, los autores de este trabajo consideramos la necesidad de desarrollar algunas ideas sobre el valor de la empresa que es necesario determinar en los acuerdos judiciales.

Recientemente la Ley 24522 (art.48) introdujo la figura del *salvataje empresario*, como una posibilidad intermedia entre el concurso preventivo y la quiebra. Tiene como objetivo preservar la continuidad del proyecto habilitando la vía judicial para que los terceros -acreedores- puedan tomar la conducción de la entidad, constituyéndose en los nuevos propietarios.

Los pasos previos para arribar a los procesos de salvataje, tienen su origen en las tareas e informe que debe presentar el síndico concursal; donde se indica el valor patrimonial de la empresa según los registros contables por una parte y, en segundo término, la composición detallada del activo y pasivo valuados a su valor probable de realización. El objetivo que se propone en estas dos determinaciones del valor de la misma empresa está dirigido, en el primer caso, a fijar un valor para aquellos que quieran acceder a la compra de la entidad; en tanto que para el segundo caso se establece el valor de la entidad para el hipotético caso de su quiebra. La primera cuestión prevé la continuidad del proyecto, en tanto que la última plantea su liquidación.

Resulta evidente la diferencia y los alcances de los procedimientos que se pueden establecer para la determinación del valor de un negocio cuando el mismo tiene vigencia actual y proyección futura, respecto a una entidad que desarrolla un proyecto para el cual no resulta clara su posibilidad de supervivencia; es por ello que los parámetros para la medición son muy específicos.

Sin entrar en los análisis de las situaciones que provocan las crisis en la empresa y que hacen imposible la continuidad del proyecto, existen aspectos tales como el *valor de los intangibles* que la entidad posee como activos, o el *valor llave* que puede reconocerse en una empresa en marcha, que exigen consideraciones muy particulares y que en general se ven seriamente cuestionados en su posible valor de mercado.

Existen antecedentes respecto a algunas entidades que si bien se encontraban en procesos concursales poseían *marcas y/o patentes* que eran de alto interés para entidades competidoras de gran éxito en el mercado.

Por otra parte, las posibilidades de realizar un acuerdo con un adquirente del fondo de comercio exige el acuerdo previo de los acreedores y de los anteriores propietarios, y el valor de la entidad no tiene ninguna relación con el

valor que el síndico concursal eleva en su informe al Juez del concurso, y al valor empresa que éste determinó en la causa.

El adquirente podrá realizar algunos acuerdos para decidir la continuidad del proyecto tales como:

- a) La quita explícita que pudiera negociar con los acreedores, o con cada grupo de ellos.
- b) La quita implícita como consecuencia de la diferencia entre la tasa de interés pactada con los acreedores, o con cada grupo de ellos y la tasa vigente en el mercado.
- c) El menor valor que pudiera pagar a los anteriores propietarios sobre el valor patrimonial proporcional que hubiera fijado el Juez.

Las estrategias que se desarrollan en los procesos judiciales enunciados, constituye un escenario complejo y de consecuencias no siempre fáciles de proyectar en el tiempo; por ello los valores que se determinan generalmente se vinculan a acuerdos donde los valores corrientes que surgen del mercado, están lejos de constituirse en indicadores válidos para las mediciones: solamente son una referencia en todos los procesos de negociación que realiza el adquirente.

II.- LOS VALORES INTANGIBLES NO REGISTRADOS

En la preparación de los estados contables de cierre de ejercicio, no se admite *la posibilidad de autogenerar un valor intangible*, o la búsqueda de un valor actual o corriente de aquellos activos intangibles que pueden transferirse con independencia de la empresa que los posee -patentes, marcas, etc.

La doctrina contable en forma unánime señala, que la falta de *objetividad* que puede manifestarse en las estimaciones del valor, imposibilita la incorporación de un activo intangible autogenerado.

Los estados contables, deben caracterizarse por garantizar la presentación de información que revele la posición más segura para sus usuarios sean éstos propietarios, inversores o cualquier otro actor interesado en la marcha de la entidad.

La aplicación de principios contables universalmente reconocidos por la profesión, facilita dar respuestas a los objetivos que tienen los estados contables de cierre de ejercicio, en tanto, dentro del marco teórico que nos proponemos abordar en el trabajo, resulta interesante realizar un análisis crítico de los principales criterios de medición que se utilizan, para luego orientar sobre el tratamiento del valor de los intangibles no registrados.

II.1 Concepto de costo, valor de reposición, valor neto de realización y riqueza

La NIC 15⁶ en el punto 7 parte final, de la explicación dice:

"....ya sea que se preparen bajo el método a costos históricos o por un método que refleje los efectos de los precios cambiantes, no se pretende que los estados financieros indiquen en forma directa el valor de la empresa en su conjunto."

La afirmación que postula las normas internacionales, permite sostener que la selección de los criterios que deben utilizarse para preparar un estado contable para la venta, va más allá del uso de los principios generalmente aceptados .

Sin embargo, no podemos dejar de reconocer, la importancia que tienen los estados contables de cierre de ejercicio para analizar la evolución del negocio y su posible proyección; las bases utilizadas para su confección, orientan la búsqueda de las claves necesarias para el diseño de la información contable para la venta.

Un análisis de los criterios contables específicos -costo, valor de reposición y valor de realización-, que se aplican para preparar los estados contables de cierre, permite orientar sobre las características que deben adoptarse para definir el modelo que pueda utilizarse para calcular el *valor de la empresa en su conjunto*.

II.1 1 Concepto de costo

Una definición clásica del costo, es aquella que reconoce los montos de moneda desembolsados para la incorporación de un bien al patrimonio o, el monto necesario para la recepción de un servicio.

⁶Asociación Internacional de Normas Contables: "Norma Internacional de Contabilidad N° 15 - Información para reflejar los efectos de los precios cambiantes".

Esta forma de medición, participa de los principios de realización y devengado. Algunas corrientes de opinión cuestionan seriamente su aplicación para la preparación y presentación de los estados contables de uso externo.

Un argumento que se esgrime para invalidar la aplicación del criterio de valuación al costo histórico, se encuentra reflejado en un importante trabajo en donde se realiza el siguiente comentario⁷

“Esta expresión de costo histórico no se adecua al objetivo de los estados contables: exponer la situación patrimonial y los resultados en la forma más conveniente posible en términos de la realidad económica.”

Sostienen los autores del trabajo que:

“Se observa a diario el caso de profesionales que luego de suministrar información contable a empresarios y administradores, se sienten decepcionados por la falta de receptividad o atención que se brinda al producto de su trabajo. Sin embargo, ese hecho demuestra que los datos suministrados no son útiles para el receptor, quien a veces prepara los suyos propios.”

En otro párrafo señalan que:

“El concepto de costo histórico sólo puede emplearse para la determinación de los valores de ciertos gastos como sueldos, cargas sociales, consumos varios. Exceptuando estos casos, el concepto de costo histórico debe ser abandonado.”

Como podemos ver, se trata de un serio cuestionamiento del *principio de valuación al costo*, pretendiendo desnaturalizar su uso al vincularlo con el objetivo que esta corriente de opinión sostiene: los estados contables de uso externo deben lograr un acercamiento a la llamada *realidad económica* .

⁷Fortini, H. et Altri: "Replanteo de la Técnica Contable", Ediciones Macchi, Noviembre 1980, pág.121.

En esta línea de pensamiento es inevitable que nos preguntemos: ¿ qué se entiende por *realidad económica* ?, ¿ cuál es su alcance ?, ¿ cómo pueden determinarse los criterios universalmente reconocidos para revelar *la realidad* de los hechos y sucesos en la vida de la empresa ?, ¿ existe una sola *realidad* o ésta es el resultado de la imagen que cada uno de los actores que interactúan en relación con la entidad puede formularse ?

No es fácil encontrar respuestas a estas preguntas, tampoco parece muy útil pretender imponer con argumentos poco sólidos la posibilidad de establecer normativamente condiciones para lograr que los estados contables de uso externo se acerquen a la "*realidad económica*".

II.1.2 Valor de reposición

La primera reflexión que presentan los autores de la teoría de los *valores corrientes*, se basa en sostener que la "realidad económica" puede lograrse por aplicación de los **costos de reposición y del valor actual de los ingresos netos futuros**, atribuibles a los activos, con los límites en el valor recuperable.

Se interpreta que el costo de reposición de un bien es:⁸

“..... su monto en efectivo o el equivalente que habría que desembolsar en el presente para obtener el mismo bien u otro de naturaleza y características similares.”

El uso de la expresión **costo** debería reservarse para reflejar el sacrificio realizado o devengado, y es la base de medición de los activos tales como, bienes de cambio, de uso, intangibles; en tanto, cuando se pretende hacer mediciones mediante la técnica de valuación a valores corrientes, correspondería utilizar la expresión **valor de reposición**, ya que se trata de indicadores que se toman del mercado para reflejar el valor de hechos o sucesos no ocurridos.

En consecuencia, nos parece, desde el punto de vista terminológico, más correcto que la expresión *costo de reposición*, sea remplazada por *valor de reposición*, éste es el valor que puede asignarse a un activo que la entidad posee y el monto que sería necesario desembolsar si se desea reponer en el futuro.

El valor de reposición representa una alternativa elegida dentro de una gama posible de precios que brinda el mercado en el momento de la medición. Las condiciones de la oferta y las posibilidades de la demanda, podrían configurar un valor probable, similar al que rija en el momento de concretarse la operación.

⁸Op. Cit. pág. 112.

Es interesante señalar que las nuevas estrategias operativas en los mercados financieros, han comenzado a desarrollar una amplia gama de instrumentos que evitan que las empresas sufran los efectos contingentes de hechos no controlables surgidos del contexto económico donde actúa. Los contratos de futuro y otros instrumentos de características similares, permiten que un operador hoy, sepa cual será su resultado sin necesidad de esperar a que ocurran los hechos y sucesos que lo originan.

Estas formas operativas parecen favorecer el uso de los modelos basados en la aplicación de valores corrientes, teniendo en cuenta que permiten reducir el efecto de las contingencias que pudieran afectar los precios que se utilizan para las valuaciones. Sin embargo, esta alternativa de medición no difiere del modelo de valuación al costo, teniendo en cuenta que los estados contables de cierre de ejercicio deben exponer como resultados los devengados o realizados en el ejercicio y excluir aquellos que exclusivamente se relacionan con hechos y/o sucesos del futuro.

II.1.3 Valor neto de realización

Los estados contables de cierre han utilizado al *valor neto de realización* como un límite necesario, para evitar sobrevaluaciones de los activos.

Su aplicación se vincula con las condiciones que se espera deberá transitar en el futuro la empresa, no solamente en relación con el contexto que brinda el mercado, sino también respecto a las decisiones que proyectan tomar los administradores de la entidad y que pueden condicionar la aplicación de los valores netos de realización, como base para las mediciones.

Una definición de este criterio de medición señala que:⁹

"El valor neto de realización es el monto de dinero o un equivalente en que se espera habrá de convertirse el bien a valuar en condiciones normales, menos los gastos de venta directos en que se incurrirá en oportunidad de esta conversión".

⁹Op.Cit. pág.116.

En otros párrafos se señala:

"... éste método es aplicado a través de la regla de costo o mercado, el menor en la valuación de bienes de cambio o inventarios".

"... donde suele aplicarse este criterio son: evaluaciones de ciertos bienes de cambio tales como metales preciosos y otros provenientes de ciertas industrias extractivas que, debido a que tienen en muchos casos demanda ilimitada, tornan irrelevante el acto de la venta o disposición."

La preparación de un estado de cierre, frente a la posibilidad de venta de un fondo de comercio, condiciona la aplicación de los criterios que se eligen para su preparación. El valor neto de realización puede ser muy representativo para las mediciones, cuando se preparan informes contables para la venta del fondo de comercio -absorción-, siendo diferentes los ajustes que se realizan en el caso de dos o más entidades que se fusionan, o cuando se trate de la venta de el control de la empresa.

Las características del informe contable para la venta, deben contemplar las expectativas que operarán en el futuro para el desarrollo del proyecto, de ella también dependerá, la aplicación de los criterios de valuación destinados a proteger los intereses de los vendedores y que servirán de base en las negociaciones para la venta de la entidad.

II.1.4 Concepto de riqueza

Según Dornbusch y Fischer:¹⁰

"El individuo puede tener riqueza como consecuencia de donaciones o herencias. En el modelo del ciclo vital totalmente desarrollado, un individuo también ha de tener en cuenta para calcular el consumo que va a realizar durante toda su vida la herencia que desea dejar".

"La teoría del ahorro basada en el ciclo vital predice que los individuos ahorran mucho cuando su renta es alta en relación con la renta media de toda su vida y desahorran cuando su renta es baja en relación con la media de toda su vida."

¹⁰Dornbusch, Rudiger y Fischer, Stanley: "Macroeconomía" -Sexta Edición Mc Graw-Hill pág. 340.

"Obsérvese que la riqueza varía con el paso del tiempo, como consecuencia del ahorro, de las variaciones de los precios de los activos (por ejemplo, de las acciones) y de las donaciones y herencias."

Esta referencia bibliográfica, nos permite sostener que al hablar de **riqueza** los conceptos que se entrelazan son, *el ahorro, el ciclo vital de los individuos, y la renta media recibida*. La magnitud monetaria de la renta y el ahorro junto con la posible utilización que el individuo asigna en el tiempo, determinarán la riqueza poseída.

Una afirmación, que nos sugiere algún cuestionamiento, dice:¹¹

"..el interés en la riqueza y en sus cambios es la raíz común en la cual concuerdan la Economía, la Contabilidad y todas las formas de administración. Cualquier análisis de la actividad económica y la administración también se ocupa de ella, comprende un inventario de la riqueza mensurable y un análisis de los cambios en esa riqueza. Tales cambios pueden deducirse a través de una comparación de sucesivos inventarios de riqueza."

Otro párrafo dice:

"...la riqueza y el ingreso están totalmente entrelazados, tanto para el economista como para el contador."

La afirmación que propone un *acercamiento de los estados contables básicos, con la economía*, no encuentra sustento doctrinario suficiente.

La preparación de los estados contables de cierre de ejercicio, no puede ni debe pretender medir la riqueza, ya que, de acuerdo con las opiniones vertidas por los economistas, ésta se vincula con el modelo económico que se construye y en donde *el ingreso* debe representar la renta media recibida durante toda *la vida del individuo*, que comparado con *el ahorro* calculado según el ciclo vital, determinan el *monto de la riqueza* que posee el individuo.

¹¹op. Cit. pág. 58.

Trasladar el modelo económico a la contabilidad para recogerlo en la preparación de los estados contables de ejercicio, exigiría utilizar predicciones sobre el futuro del proyecto imposibles de mensurar. Calcular la probable riqueza acumulada o poseída por una empresa, no es lo mismo que la determinación del resultado del ejercicio.

El mayor valor que pudiera asignarse a un activo en una entidad no puede ser considerado un concepto equiparable a la riqueza, solamente puede reflejarse como un *resultado de tenencia* según la terminología adoptada por la teoría de los valores corrientes.

De producirse la venta de la entidad, estos incrementos de valor reconocidos como resultados, que pudieron inclusive haber sido distribuidos, exigirán la realización de ajustes a los informes contables que se preparen para la venta.

Por otra parte si se hubiera aplicado el criterio de costo, los mayores valores que puedan tener los bienes, podrán integrarse en el patrimonio como mayor valor -costo de compra- para los nuevos propietarios o mantenerse al costo, incrementando el valor llave que surge del monto pagado por el valor neto (total activo- total pasivo = valor neto).

II.2 Valor llave autogenerado por la empresa

Una clasificación de los activos intangibles, se basa en identificar aquellos que pueden tener un valor de realización con independencia de la entidad a que pertenecen, por ejemplo, las patentes, las marcas etc., de los que poseen un valor ligado con la empresa en marcha, como los gastos de organización, la llave de negocio, etc.

En ambos casos, las normas profesionales han sostenido la imposibilidad de asignarles un valor que se aparte del *costo histórico*, debiendo amortizarse durante el período que se espera se producirán los ingresos que generan.

Los límites que se establecen para el tratamiento de estos activos, constituyen restricciones insalvables para la teoría de los valores corrientes, en su objetivo de pretender acercar los estados contables a la "*realidad económica*".

Salvo en circunstancias muy particulares se admite que los activos intangibles, que puedan haberse enajenado en fechas posteriores al cierre, puedan valuarse apartándose de su costo neto de amortizaciones.

El *valor llave*, es un activo que tiene un total grado de dependencia con la entidad a que pertenece y la estimación de su valor, depende de considerar un conjunto de factores vinculados con el éxito del proyecto.

La doctrina se ha ocupado de clasificar estos factores: razones que pueden convenir el agrupamiento empresario, mejores niveles de competitividad, asegurarse el abastecimiento de materias primas claves, poseer recursos humanos altamente calificados que garanticen la calidad de los productos o servicios que se comercializan, un buen nombre comercial, marcas, patentes, procedimientos de fabricación, etc.

Existen otros elementos que pueden dar lugar a la determinación y registro de un valor llave y se refieren al mayor valor que tienen determinados activos físicos en la medida que su valor de uso es superior a su costo amortizado.

La doctrina contable y las normas legales y profesionales en algunas oportunidades han permitido su registro bajo la figura del denominado *revalúo técnico*, de los bienes de uso, que no es otra cosa que una forma parcial de reconocimiento del *valor llave*.

En consecuencia se podría afirmar, que un valor llave autogenerado, podría encontrar una representación cuando se orienta hacia el mayor valor que puede asignarse a un activo tangible en poder de la entidad, siendo imposible su registro sobre las estimaciones de un mayor valor de bienes intangibles.

Los tratamientos contables que admiten el reconocimiento parcial de valor llave de la empresa, pueden significar distorsiones y falta de criterios uniformes para la determinación del valor llave de cualquier proyecto.

III. LOS ASPECTOS MICROECONÓMICOS EN LOS PROCESOS DE VALUACIÓN DEL NEGOCIO

III.1 ¿Se pueden valorar la clientela, la relación con los proveedores, la capacitación del personal? , ¿bajo qué condiciones?

III.1.1 Valor de lealtad de la clientela

Los clientes de los mercados en los que opera la empresa suelen ser *leales*¹² en determinada medida a la empresa (*marca institucional*) o a determinados productos que ésta elabora o servicios que brinda (*marcas individuales*). Supongamos que existe nuestra empresa: "A" y cuatro más: "B", "C", "D" y "E"; las cuales compiten por el mismo mercado. Los consumidores pueden dividirse en cuatro grandes grupos de acuerdo con su *grado de lealtad*:

¹² Kotler, Philip: "Dirección de la mercadotecnia", Ediciones Prentice Hall, México, 1993.

- **Leales absolutos.** Son consumidores que *siempre* compran en el mismo negocio, el mismo producto, de la misma marca. De esta forma el patrón de compra A, A, A, A, A, A representa un consumidor con lealtad absoluta hacia la empresa A.
- **Leales moderados.** Son consumidores leales a dos o tres empresas. El patrón de compra A, A, B, B, A, B representa un consumidor con *lealtad dividida* entre A y B.
- **Leales alternativos.** Son consumidores que alternan su preferencia por una empresa y otra. El patrón de compra A, A, A, B, B, B sugiere a un consumidor que está cambiando su lealtad de A a B.
- **Desleales.** Por último, están los consumidores que no muestran lealtad hacia ninguna empresa. Su patrón de compra sería del tipo A, C, E, B, D, B que sugiere un consumidor inconstante propenso a la variedad (siempre quiere algo diferente) o a las ofertas.

Todo mercado está integrado por un porcentaje de cada uno de los cuatro tipos de compradores. Un mercado del cual se dice que es leal es aquel con un alto porcentaje de compradores con una lealtad absoluta. Las empresas que operan en un mercado leal tienen mucha dificultad para ganar mayor participación; mientras que las empresas que desean entrar en dicho mercado tienen dificultad para hacerlo.

Una empresa puede determinar aproximaciones cuantificadas sobre el valor de su clientela mediante el análisis de los patrones de lealtad existentes en su mercado; una vez determinadas las proporciones de las diferentes lealtades hacia su empresa puede tratar de responder preguntas tales como:

¿Cuánto vale para el comprador potencial de mi empresa que posea el 40% de los consumidores leales absolutos del mercado en el que vendo?,
¿y el 30% de los consumidores leales moderados?

Evidentemente se trata de cuestiones reales pero de difícil, aunque no imposible cuantificación.

III.1.2 Valor de la relación con los proveedores

La implementación de los sistemas de producción que aplican algunas empresas no solamente requiere cambios en la propia empresa para poder ser llevada a cabo; sino que también es imprescindible contar con el apoyo y determinada capacitación de los proveedores.

Desde 1950 *Toyota*¹³ ha aplicado en sus procesos de producción el sistema **Just in time** (justo a tiempo) basado en los pilares del aumento de la productividad y la reducción de existencias; la calidad total y la participación y la flexibilidad de la fábrica. En 1962 *Toyota* comenzó a aplicar este sistema de producción *Just in time* a sus proveedores, proporcionándoles la información y la capacitación necesarias. Si un potencial comprador desea adquirir *Toyota* seguramente valorará esta relación tan particular que la empresa tiene con sus proveedores y sin la cual el sistema de producción de Toyota no funcionaría.

III.1.3 Valor de la capacitación del personal

En Argentina, así como en el resto del mundo, *Siemens* capacita a su personal en la protección del medio ambiente y existe una cantidad estándar mínima de horas de dicha capacitación según la posición ocupada por el personal.

Si Siemens decide vender su empresa y la compradora desea contratar al personal actualmente empleado: ¿cuánto valor agregado le incorpora a la empresa en el momento de la venta poseer recursos humanos capacitados fuertemente, por ejemplo, en temas ambientales? No podemos decir con exactitud **cuánto** vale, pero sí podemos asegurar que tiene un valor de peso al momento de fijar el precio de venta de la empresa.

III.2 Marcas y patentes, desarrollo de nuevos productos y publicidad

III.2.1 Marcas y patentes: ciclo de vida

El **ciclo de vida de la marca** refleja las diferentes etapas en la historia de ventas del producto que lleva esa marca. Las marcas tienden a tener ciclos de vida cortos: según estudios realizados la esperanza de vida de una marca es de aproximadamente tres años; asimismo las marcas institucionales tienden a tener ciclos de vida más largos.

Al determinar el ciclo de vida de una marca la empresa se ubica en la etapa en la cual se encuentra y puede determinar ventas y utilidades esperadas. Decir que una marca tiene un ciclo de vida, es afirmar cuatro cosas:

¹³ Monden, Yasuhiro: "El sistema de producción Toyota", Ediciones Macchi, Agosto de 1993.

1. Las marcas tienen una vida limitada.
2. Las ventas del producto que posee esa marca pasan por diferentes etapas, cada una con diferentes retos para el vendedor.
3. Las utilidades del producto con determinada marca se elevan y caen en diferentes etapas del ciclo de vida de la marca.
4. Las marcas requieren diferentes estrategias de producción, finanzas, publicidad y de personal en las diferentes etapas de su ciclo de vida.

El ciclo de vida de las marcas se divide en cuatro etapas:

- **Introducción.** Es un período de crecimiento lento en las ventas, mientras se introduce el producto en el mercado. En esta etapa no existen utilidades, por los grandes gastos necesarios para introducir el producto.
- **Crecimiento.** Es un período de rápida aceptación del mercado y aumento con aceleración positiva de las utilidades.
- **Madurez.** Es un período en el cual las ventas y el crecimiento se hacen lentos, debido a que la marca ha logrado la aceptación de la mayoría de los compradores potenciales. Las utilidades se estabilizan o declinan por el aumento en los gastos de publicidad para defender al producto de la competencia.
- **Declinación.** Es el período en el cual las ventas muestran un fuerte descenso y las utilidades desaparecen.

Al determinar la etapa del ciclo de vida de la marca o marcas que se venden como parte del negocio se podrá establecer el valor de la misma a partir de los beneficios económicos futuros esperados por el lapso de tiempo que le reste del ciclo de vida correspondiente y determinando las ventas y utilidades asignadas a cada una de estas etapas.

III.2.2 Desarrollo de nuevos productos¹⁴: proyección de beneficios

Al hablar de nuevos productos nos referimos a los productos originales, los productos mejorados y productos modificados que se originan por esfuerzos en investigación y desarrollo de la propia empresa.

¹⁴ Op. Cit.

Para poder efectuar el análisis del negocio que se deriva del desarrollo del nuevo producto es necesario conocer el costo, las ventas y la proyección de los beneficios. La empresa que desarrolló el producto ha acumulado cierto monto de costos de investigación y desarrollo, producción, publicidad y finanzas. También ha calculado si el nuevo producto requerirá de más costos antes de estar en condiciones de ser lanzado al mercado.

Con respecto a las ventas, los métodos de estimación proyectada dependen de si el producto es adquirido una sola vez, varias veces o frecuentemente por el consumidor.

Si la empresa vendedora determina cuáles son los costos que aún se deben incurrir y la proyección de las ventas de sus nuevos productos podrá determinar los beneficios esperados; que es, en última instancia, lo que está vendiendo.

III.2.3 Publicidad: efecto sobre las ventas

Todo empresario desearía saber al gastar en publicidad su impacto sobre las ventas (es decir si el gasto se transforma en inversión). El efecto de la publicidad en las ventas es más difícil de medir, por lo general, que el alcance de la comunicación derivado de esa publicidad. Los investigadores de mercado tratan de medir el impacto en las ventas a través de análisis históricos o experimentales, utilizando técnicas estadísticas avanzadas.

Con respecto a la publicidad lo que se tratará de determinar es su efecto sobre las ventas en el tiempo, para poder justificar un mayor valor de venta de la empresa.

IV.- EL TRATAMIENTO CONTABLE DEL VALOR LLAVE, UNA VEZ QUE SE INCORPORO AL PATRIMONIO DE UN ENTE

Los pronunciamientos americanos sobre la materia, señalan que:

"El costo de cada activo intangible debe amortizarse contra los ingresos del período que beneficia, que no puede exceder 40 años." (APB-17, párr.29).

"El método de línea recta es requerido por los PCGA para la amortización, a menos que la empresa pueda demostrar que el empleo de otro método sistemático se justifica en las circunstancias del caso"(APB-17. párr. 30)

OBSERVACIÓN: Cuando no se tiene evidencia sobre la duración de las vidas útiles o sobre la pérdida de valor de los intangibles, la amortización de su costo sobre bases arbitrarias puede llevar a registrar prematuramente los gastos de amortización y la disminución del activo. Por otra parte, si se espera para amortizar el costo hasta que la pérdida del valor en uso del intangible sea evidente, es probable que esa pérdida se termine registrando con atraso.

"La empresa debe evaluar frecuentemente los derechos representados por los intangibles para determinar si las circunstancias posteriores a su adquisición, exigen que se revisen las vidas útiles estimadas. Si se cambian las estimaciones, el costo no amortizado debe distribuirse sobre los años restantes de la vida útil del activo, que no puede extenderse más de 40 años a partir de la fecha de adquisición"(APB-17, párr.31).

Una clara identificación de los factores que sirvieron de base para el cálculo del valor llave, permitirá determinar los criterios que mejor se ajustan para el reconocimiento del cargo por amortización contable que debe realizarse.

Se ha señalado que la llave de negocio, es la resultante del valor abonado por encima de los activos netos determinados, pudiendo ser reconocida como un activo por la entidad que continuará con la explotación del proyecto, pudiendo originarse en combinaciones de negocios, absorción, fusión, compra de las acciones que otorga el control del emisor y/o una influencia dominante.

Ha quedado demostrado, que para el calculo del valor llave, intervienen diferentes vertientes, como las surgidas del mayor valor que puede asignarse a los bienes tangibles o intangibles en posesión de la entidad sujeta a negociación o

mediante el reconocimiento que puede calcularse del valor intangible, que por aplicación de las normas y/o principios - valor llave autogenerado- no puede ser incorporado al patrimonio, en una entidad en marcha.

La clara determinación del origen y las causas que originan el valor llave, representa un paso sustantivo para establecer los procesos de amortización.

Es indudable la importancia que reviste un cálculo acertado de las amortizaciones para este tipo de activos, sin embargo, no podemos ignorar que los criterios de amortización, representan dentro de los procesos contables, una de las cuestiones que aún presentan aristas complejas.

La determinación del cargo por amortización, cualquiera sea el activo que se trate, representa un campo donde los hechos y sucesos contingentes en relación con el futuro del proyecto, son cuestiones frecuentemente mal tratadas desde el punto de vista contable.

Los clásicos sistemas de amortización que la contabilidad utiliza se basan generalmente en la aplicación de procedimientos surgidos de los usos y costumbres; tales como amortización por cuotas constantes y lineales sin contemplar valores residuales al fin de la vida útil, métodos de amortización crecientes y/o decrecientes y otros de similares características.

La amortización así calculada produce efectos sobre los resultados del ejercicio y en la medición del patrimonio, que lo apartan cada vez más de un cálculo técnicamente apropiado, que debería respetar las características de los activos y su posible vinculación con los ingresos devengados y los flujos de fondos esperados.

Las perspectivas futuras del negocio que se explota y el desarrollo de los flujos de fondos esperados imponen la proyección de escenarios donde puedan verificarse razonablemente las posibilidades de éxito del proyecto. Las expectativas de ingresos futuros, son claves a la hora de tener que determinar los efectos de la amortización del valor llave de negocio, sobre una base menos arbitraria que la resultante de aplicar en forma sistemática el método de línea recta.

El cálculo de la amortización del valor llave, no debe ser producto de la consideración de un solo factor, debido a que su existencia es el producto de el reconocimiento de un mayor valor que puede tener su origen en bienes tangibles e intangibles ya existentes en el patrimonio del ente que lo origina. En consecuencia la amortización debería respetar los mismos principios que se aplican para los bienes que participan en su creación.

La determinación arbitraria de la cuota de amortización, queda reservada en consecuencia, exclusivamente para el valor intangible que no tenga una referencia concreta con ningún activo que se adquiere, pero que se incorpora como valor de la negociación.

CASO DE APLICACIÓN: JUSTIFICACIÓN PARA IDENTIFICAR EL VALOR LLAVE APLICADO A ACTIVOS TANGIBLES O INTANGIBLES

Para la preparación de un informe contable para la venta o compra, es necesario apartarse de los principios generalmente aceptados, debiendo en estos casos recurrirse a los valores corrientes, por ser una herramienta necesaria que logra una mejor interpretación del patrimonio de la entidad sujeta a la negociación.

Los informes que se presentan, no obstante se encuentran sujetos a estimaciones sobre ganancias que se esperan alcanzar en el futuro y que el comprador en las estrategias de la negociación en ningún momento pondrá de manifiesto.

Las expectativas que el comprador puede tener sobre la obtención de mayores ganancias, basadas en los activos tangibles o intangibles que se compran, no pueden ser consideradas como un mayor valor del bien, debido a que se originan en meros supuestos.

Estas estimaciones se obtienen de considerar, el uso o explotación que se piensa realizar de los activos tangibles e intangibles que se adquieren en la nueva entidad y su origen únicamente se encuentra en el acto de la compra.

Se trata de una estimación del valor de utilización económica superior al costo de compra, que sólo puede ser reconocido como un valor llave de negocio.

Un ejemplo podrá ayudar a interpretar el alcance de lo que se postula: supongamos que la Empresa A adquiere a la Empresa B y el patrimonio de esta, luego de los ajustes para su integración al patrimonio de A es como sigue:

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO NETO	
Cuentas a Cobrar	\$ 1.100.-	Cuentas a Pagar	<u>\$ 12.000.-</u>
Inventarios	\$ 10.000.-	Total del Pasivo	
Activos Fijos	\$ 80.000.-	en valores corrientes	<u>\$ 12.000.-</u>
Intangibles	<u>\$ 900.-</u>	Patrimonio Neto adquirido	<u>\$ 80.000.-</u>
Total del Activo		Total del Pasivo y	
en valores corrientes	<u>\$ 92.000.-</u>	el Patrimonio Neto	<u>\$92.000.-</u>

SUPUESTOS :

a) Entre los activos fijos adquiridos , se encuentra un bien cuyo valor asignado al momento de la venta es menor en unos \$ 1.000.- basándose en el supuesto de que su vida útil estimada en función del flujo de fondos posibles esperados, es superior a la que sirvió de base en la negociación.

b) Los activos intangibles no reflejan el valor de \$ 500.- correspondientes a una patente que en la Empresa A permitirá un mejor desarrollo.

c) La Empresa A abonó por todo concepto \$ 82.000.- para la compra de la Empresa B.

COMPOSICIÓN DEL VALOR LLAVE:

Mayor valor abonado sobre Activos tangibles: \$ 1.000.-

Mayor valor abonado sobre Activos intangibles: \$ 500.-

Valor Llave abonado como intangibles no registrados: \$ 500.-

VALOR LLAVE : \$ 2.000.-

BASES PARA EL CÁLCULO DE LA AMORTIZACIÓN DEL VALOR LLAVE

- a) La estimación de vida útil que se asigne al Activo tangible, deberá ser utilizada en relación de los \$ 1.000.- que integran el valor llave total abonado por la Empresa A.
- b) La vida útil que se espera alcanzar con el Activo Intangible será la base para amortizar los \$ 500.- que forman parte del valor llave total.
- c) Para el saldo de \$ 500.- y la determinación de su amortización, se adoptará un criterio totalmente arbitrario, tomando como limite un plazo no mayor al que se espera puede beneficiar. Las normas americanas en este sentido definen un período no mayor a 40 años.

NOTA: Si la Empresa A, dispusiera la venta de los bienes tangibles o intangibles que dieron origen a la determinación del valor llave, el valor de ésta, en la proporción que corresponda deberá reducirse.

V. CONCLUSIONES

- La determinación del valor de venta o compra, exige la preparación de un **Informe contable de venta** que requiere la adopción de un conjunto de criterios y principios contables específicos que se apartan de las normas de aplicación obligatoria para la preparación de los estados contables de cierre, cuyo objetivo principal es la determinación del resultado de ejercicio.
- Las claves necesarias para la preparación de los informes contables, que son utilizados en los procesos de negociación para la venta de una entidad, se vinculan más con los **requerimientos del comprador** que con las decisiones que puedan adoptar aquellos que ostentan la propiedad de la entidad sujeta a enajenación. En consecuencia, la posibilidad de reconocimiento del **valor llave de negocio**, se vincula con las decisiones que toma el comprador, cuando se concreta la venta de una empresa y dentro del precio convenido se hubiera reconocido un valor por encima de el valor neto determinado.
- El **interés del comprador** se centra en la validez de las **proyecciones futuras** que presenta el negocio, de forma tal de poder justificar su decisión de inversión. Sin embargo, los hechos y/o sucesos del pasado deben reflejarse claramente al momento de realizarse la negociación. El comprador, apuntará a buscar señales claras que le permitan comprobar la **razonabilidad de las pautas de valuación** que se utilizaron en los procesos de preparación de la información contable para la venta.

- El **modelo de informe para la venta** que se prepare, adquiere características diferentes según se trate de una *venta total* - transferencia de un fondo de comercio-, cuando la venta sea una parte importante del paquete accionario que represente el *control*, o simplemente la determinación del valor de una *participación minoritaria*.
- La **evaluación de un proyecto de inversión**, exige un estudio meduloso de las variables que hacen viable el negocio y las características de la tarea que debe realizarse difieren si se trata de un proyecto en marcha: en estos casos se privilegian las utilidades que puede arrojar el negocio en el futuro, y que le justifique al comprador el esfuerzo que le significa realizar la inversión.
- Todos los indicadores que se utilizan para definir el valor de la empresa, apuntan a un mismo objetivo que es reconocer la posibilidad de que el proyecto pueda **generar en el futuro utilidades** superiores a las que pueden lograrse con una inversión razonablemente segura.
- Los ingresos son el resultado de las actividades que realiza la empresa con terceros que demanda sus productos o servicios. El comportamiento futuro de los **clientes**, entre otros factores, es esencial para determinar el éxito de la inversión. Para demostrar esta conclusión, hemos partido de una premisa que consiste en reconocer que todos los demás elementos que hacen al funcionamiento de la empresa que se adquiere, actúan armónicamente dentro de un conjunto de variables razonablemente controlables.
- La clara determinación del origen y las causas que originan el **valor llave**, representa un paso sustantivo para establecer los procesos de **amortización**.