



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE TUCUMÁN



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL TUCUMAN

LLAVE DE NEGOCIOS

Autores: Varela, Gustavo Joaquin
Tolaba, Ismael Alejandro
Ruiz, Hugo Matias

Director: Zamora, Luis

2018

Trabajo de Seminario: Contador Público Nacional

Resumen

La naturaleza de la llave de negocio, con la problemática de su valuación y su eventual reconocimiento, es uno de los temas controvertidos en contabilidad que ha dado lugar a posiciones encontradas por parte de distintos autores.

El presente trabajo pretende simplemente rescatar algunos puntos que pueden resultar interesantes para un posterior análisis del tema encuadrado en una definición amplia de contabilidad. Esto último en el sentido de que la consideración de los factores que contribuyen a la generación de la llave de negocio requiere una evaluación por parte de los contadores que va más allá de su eventual reconocimiento en los estados contables de presentación.

Conceptualmente, siempre existe un valor llave (positivo, cero o negativo) resultante de ventajas o desventajas comparativas esperadas. Su valuación puede dar lugar a controversias, habiéndose propuesto hasta el presente distintos métodos (todos ellos sujetos a serias limitaciones). La exteriorización de tal valuación en los estados contables multipropósito, aceptada para el caso de la llave de negocio adquirida, es cuestión controvertida en el caso de la llave autogenerada.

Ninguno de los procedimientos de valuación propuestos y analizados por los distintos autores consultados aun tomando aquellos considerados por la doctrina como "racionales" por oposición a los empíricos- introduce la noción de probabilidad de ocurrencia en el futuro en su cálculo aunque la misma se declama como necesariamente conformante del valor llave. En todos los métodos propuestos (anualidades, cálculo de superutilidades, capitalización a tasas diferenciales, etc.) las superutilidades surgen de la diferencia entre la utilidad media ordinaria y la utilidad normal calculadas en función a la experiencia pasada, lo cual presupone la expectativa de recurrencia en el futuro.

Consideramos que en el campo de la valuación de la llave de negocio existe un amplio camino a recorrer en el sentido de plantear alternativas que tengan en consideración el tratamiento de la incertidumbre, cosa que entendemos aún no se ha producido.

Entendemos que corresponde reconocer contablemente la llave de negocio adquirida, por considerar que en ese momento cristaliza este valor inmaterial derivado como consecuencia del proceso de negociación entre comprador y vendedor, siendo la llave una especie de indemnización que este último recibe por las superutilidades que dejara de percibir.

No nos parece que el reconocimiento de la llave autogenerada agregue ventajas desde el punto de vista de la información a brindar a los usuarios potenciales de los estados contables que, en este sentido, podrían satisfacerse a través de la inclusión en nota de tal valuación, siempre que en la misma se exteriorizara el procedimiento en ella implicado.

Por otra parte, una adecuada exteriorización en los estados contables de publicación, mejoraría la calidad de la información contable a través de la revelación de la política de contabilización de la llave de negocio adquirida.

Introducción

La naturaleza de la llave de negocio, con la problemática de su valuación y su eventual reconocimiento, es uno de los temas controvertidos en contabilidad que ha dado lugar a posiciones encontradas por parte de distintos autores.

En nuestro medio, el tratado del Dr. Héctor Bertora al respecto, constituye la aproximación más abarcativa y enriquecedora sobre el tema hasta el presente.

Esta obra, que data de 1951, parece haber cristalizado, en parte, un tratamiento que no ha generado en nuestro contexto, salvo casos aislados, muchas discusiones a nivel profesional. Este hecho no resulta casual: el proceso inflacionario que permite la economía argentina obligo a la profesión a centrar sus discusiones y debates en aspectos vinculados a la unidad de medida y más recientemente en cuestiones relacionadas con los criterios de valuación o medición. La preocupación por esta cuestión, ha reflatado actualmente, tal como lo manifiesta el análisis encarado por la Comisión de Estudios sobre Contabilidad del C.P.C.E.C.F. que en el Informe 24 sobre Bienes Intangibles hace referencia a la Llave de Negocio.

La estabilidad alcanzada (aunque nos abstengamos en principio de emitir opinión sobre su fundamentación para considerarla duradera) nos permite dirigir nuestra atención hacia ciertos aspectos que pueden llegar a resultar relevantes en los informes contables a proporcionar y que durante los últimos años, en la Argentina, no parecían tan significativos.

El análisis crítico de una parte de la profusa bibliografía existente sobre el tema constituye la base sobre la cual hemos abordado nuestro enfoque. Por lo expuesto, nuestra intención es indicar alternativas al momento de exponer la información para que esta sea útil para la toma de decisiones.

CAPITULO I

Generalidades

Sumario: 1.- Generalidades. 2.- Terminología. 3.-
Definiciones.-

1.- Generalidades

Las posibilidades que brindan los negocios apuntalados, por una buena publicidad que promueve ventas y atrae al consumidor; la lucha por conquistar empresas de prestigio, afianzadas a base de tacto y trato honesto; el deseo de lograr un nombre comercial o una marca ya existente de ponderable valor, sin dispersión de fuerzas ni pérdidas de tiempo; el afán de obtener una ubicación excepcional que asegure abundante clientela (permanente o accidental); la ansiedad por conseguir un negocio que brinde utilidades; por encima de lo normal; constituyen algunas de las causas generadoras del valor inmaterial, oculto en el activo de la empresa pero imperioso en ella como promesa de futuro lucro.

Simultáneamente debe reconocerse la existencia de empresarios conscientes de la posición envidiable que ocupan sus negocios lucrativos, que se aferran a ellos y no se desprenden a menos que se los tienten con un sobreprecio que sirva como indemnización por la superutilidad que dejarán de percibir en el futuro. Tal sobreprecio se calculará en exceso del patrimonio

invertido en la explotación y variará en función de la cantidad de beneficios que de la misma pueda esperarse.

Frente a la necesidad, afán, deseo, ansiedad, etc. del presunto comprador, está la posición adoptada por el poseedor del negocio lucrativo. Entre ambos hay un punto transaccional situado a mayor o menor distancia de cada uno de ellos, en concomitancia con la situación no sólo económico-financiera real, sino también psicológica aparentada por las contrapartes.

Emerge, de esta manera, en el activo de la empresa, un valor intangible, ignorado hasta entonces, que adquiere una fisonomía cuyo estudio preocupa hondamente a las ciencias económicas y jurídicas.

El concepto de este intangible, así como la justa apreciación de los factores que concurren a su formación y la adopción de criterios de valuación adecuados, constituyen problemas de difícil solución.

No menos difícil resulta solucionar la tan controvertida cuestión de la amortización del valor inmaterial y de muy diversa índole son los argumentos esgrimidos por cada parte para abonar las teorías por ellas sustentadas.

La creación del propio activo intangible y su inclusión en el estado patrimonial, por una parte, y las teorías esbozadas sobre el valor inmaterial como elemento de pasivo — valor inmaterial negativo —, por otra, han dado lugar a la aparición de hondas disenciones entre los que se ocupan de analizar este tema tan interesante que preocupa, por igual, a profesionales de distintas ramas y afecta, en su aplicación práctica, a hombres de negocios, tanto en sus relaciones con el fisco como con sus semejantes.

Queda, en este breve exordio, formulado el planteo de varias cuestiones de mucho interés y de gran actualidad, todas ellas en relación a un valor intangible que puede erigirse en el elemento activo de mayor trascendencia de una empresa.

En el curso de este trabajo, y dentro de nuestras modestas posibilidades, trataremos de dilucidar la mayor cantidad de problemas. Nuestra

experiencia hallará firme apoyo en la opinión de autores, en la legislación vigente y en la jurisprudencia emanada de controversias sobre este tema.

2.- Terminología

Hasta aquí hemos eludido, deliberadamente, dar nombre propio al valor inmaterial, oculto en el activo de la empresa.

La doctrina italiana usa habitualmente la palabra avivamiento, cuyo neologismo aviamiento es empleado frecuentemente en publicaciones nacionales para designar esta cualidad o elemento del fondo comercial. Achalandage es la expresión francesa, a la que se atribuyen tres significados paralelos: a) atracción en el público; b) clientela permanente; c) clientela accidental que se logra por la ubicación del negocio. Los ingleses y norteamericanos utilizan la palabra goodwill.

Entre nosotros llave de negocio, o simplemente llave, se emplea tanto en el lenguaje corriente como en el impositivo, aspecto este último que rebasa hasta alcanzar los campos contable, económico y jurídico.

Además de llave y de aviamiento, y con esta misma acepción, suelen usarse en los países latinoamericanos los siguientes términos afianzamiento, plusvalía valor extrínseco y crédito mercantil.

El título de este trabajo muestra nuestra preferencia por la expresión llave de negocio. Es probable que sea ésta la denominación más figurada y, objetivamente, la más imprecisa; pero nos hemos decidido por ella justamente porque el valor inmaterial de un negocio depende de factores múltiples que no pueden concretarse, ni cualitativa ni cuantitativamente, en una designación más adecuada.

3.- Definiciones

Para llegar a la definición de la llave y a la enumeración de sus principales características fue necesario salvar serios obstáculos derivados del hecho de no poseer, este valor inmaterial, existencia propia independiente.

Esta es la razón por la cual las primeras nociones no se refieren a la llave en sí misma sino, por el contrario, a lo que se relaciona con ella

En un caso controvertido en el año 1620 — "Broad vs. Jolly fe" la corte de Inglaterra destacó que la llave: "no es otra cosa que la venta de la clientela y dejar que otro la gane".

Mucho tiempo después, en el año 1810, en ocasión de otra disputa planteada a raíz de la venta de un negocio "Crutwell vs. Lye" el Lord Canciller Eldon, eminente jurista inglés, dio su famosa definición al decir que: "...no es otra cosa que la probabilidad de que los antiguos clientes sigan frecuentando el antiguo lugar".

Se hacen declaraciones más definidas en el caso "Banco Metropolitano vs. Saint Louis Dispatch Co." cuando se establece que: "Es la propiedad intangible, la que en su naturaleza no puede tener una existencia independiente de un negocio de un tipo determinado, que se ha establecido y llevado a cabo en un lugar determinado."

Asimismo, en "Vonderbank vs. Smith" se pone de manifiesto que: "La llave es el favor que la dirección de un negocio obtiene del público y la probabilidad de que todos los clientes continuarán dispensándole su favor. Es el general auspicio público y el impulso que recibe el negocio de sus clientes a causa de su posición local. Ese es el sujeto del valor, aunque intangible."

No menos interesante resulta el juicio de Lord Macnaghten al definir la llave como: "Toda la ventaja, cualquiera que ella sea, de la fama y relación de la firma, la que puede haberse construido por años de trabajo honesto o adquirido por el gran derroche de dinero."

Algunos de los conceptos vertidos en los fallos precedentemente citados, parecen haber sido fuente directa de inspiración de muchos tratadistas de esta materia.

Así, se ha dicho que "llave es el valor monetario atribuido a las relaciones y reputación de una entidad comercial o industrial, siendo asimismo

una valorización anticipada de la potencialidad del negocio, en razón de las probabilidades que tenga de conservar su extensión comercial” (1)

“La llave, que puede ser tomada como la forma típica del activo inmaterial, representa el valor de las relaciones comerciales, el valor de la probabilidad de que los clientes actuales continuarán comprando a pesar de las solicitudes y halagos de los competidores” (2)

Otras definiciones la describen como: “el valor de los beneficios o ventajas que se refieren a un negocio en particular, en adición al valor actual de los bienes utilizados en su gestión y como “el ímpetu obtenido por un negocio en marcha.

“Sin embargo, y a menos que tales ventajas se extiendan al futuro y se conserven, nadie estará dispuesto a ofrecer precio alguno por el valor inmaterial, siendo por lo tanto las probabilidades de subsistencias de estas condiciones favorables, las que representan el factor básico para la apreciación del valor inmaterial”(3).

Montgomery señala que para tener un valor de venta, la llave debería representar un sustancial poder de ganancia que supere el interés normal y a la retribución del empresario, ambos combinados. Nunca existe llave en un negocio que no se lo crea capaz de ser lucrativo.

Varios otros tratadistas subrayan la existencia de ganancias superiores a las normales. Llave es “la capacidad de ganar más que las utilidades normales”. “La capitalización de una ganancia diferencial de la cual una empresa particular disfruta”. “El valor intangible implica un nivel de utilidades más alto que el normal” (4).

(1) LISLE, George, Accounting in theory and practice, Editorial Americana, (Londres, 1906), pág.172.

(2) SANDERS, T., HATFIELD, H. y MOORE, U., A Statement of Accounting Principles. American Institute of Accountants, (Estados unidos, 1938), pág. 243.

(3) KESTER, Roy B., Contabilidad Teoría y Práctica, Editorial Labor, (España, 1973), pág. 1003.

(4) PATON W.A., Manual del contador, Editorial Hispanoamericana, (México, 1947), pág.859.

El pensamiento básico que refuerza todas estas definiciones es bien expresado por Leake: “Llave, en su sentido comercial, es el valor actual del derecho a recibir superganancias futuras esperadas.”⁽⁵⁾

Besta repite el concepto de Leake, y Zappa insiste en que la existencia de la llave queda determinada cuando un capital invertido en un fondo de comercio “da frutos por encima de la medida normal”.

Nosotros opinamos que llave de negocio es la probabilidad de ganar utilidades por encima de lo normal — superutilidades - referidas estas últimas a sus valores actuales. Sintéticamente nuestra definición podría quedar concretada en los siguientes términos:

Llave de negocio es el valor actual de las superutilidades futuras más probables.

En el sentido expuesto reconocemos la existencia de la llave, Como valor activo, sujeta a las siguientes circunstancias:

- Superutilidades futuras: no es necesario que las superutilidades hayan tenido lugar en el pasado, pero sí es imprescindible que se parta del principio de que utilidades por encima de lo normal cristalizarán en el futuro; el pasado puede ser útil como base informativa, mas sólo las conjeturas sobre el futuro brindarán los elementos primarios para diagnosticar la posición de un negocio en relación a sus intangibles.
- Probabilidad: las superutilidades futuras deben quedar condicionadas al cálculo de probabilidades; todos los riesgos serán tenidos en cuenta a efectos de estimar la exacta proporción de casos favorables sobre el número total de casos posibles y sólo se podrá prescindir de este factor cuando se tenga la certeza de que las superutilidades calculadas tendrán lugar (casos favorables = casos posibles).

Desde el punto de vista de las matemáticas nuestra definición encuadraría dentro del concepto de esperanza matemática que no es sino el

⁽⁵⁾ BERTORA, Héctor Raúl, Llave de negocios, Editorial Macchi-López (Buenos Aires, 1975) pág.144.

producto de una suma eventual por la probabilidad de ganarla. Esa suma eventual, naturalmente, está representada, en este caso, por las superutilidades futuras.

CAPITULO II

Naturaleza

Sumario: 1.- Naturaleza. 2.- Categorías. 3.- Factores que concurren a su formación. 4.- Clasificación de los factores.

1.- Naturaleza

A pesar de ser numerosas las definiciones que figuran en el acápite precedente, no encontramos en ellas una pauta segura para dilucidar si la llave es un elemento o una cualidad del fondo de comercio.

Al clasificar Vivante los elementos del fondo de comercio en activos y pasivos, se inclina por la primera tesis, “pues incluye la llave entre los primeros”⁽⁶⁾.

Carnelutti, en cambio, se expresa partidario de la tesis contraria, sosteniendo que la llave “no es un elemento sino una manera de ser, y por lo tanto, una cualidad del fondo de comercio. El fondo de comercio al cual se le reconoce un mayor valor en concepto de llave es como un perro amaestrado: a nadie se le puede ocurrir que tal característica del perro sea un elemento del perro. Por supuesto que la llave es un valor, pero éste no es más que la

⁽⁶⁾ VIVANTE, César, Tratado de derecho mercantil, Editorial Reus, (Madrid, 1932), pág. 31.

diferencia entre el valor del fondo con llave y el valor de aquel que no la posee”.⁽⁷⁾

Valeri, estima que la llave es algo similar a la fertilidad de un fundo rural, fertilidad que, naturalmente, no es un elemento sino una cualidad.

Entre nosotros Raymundo L. Fernández, ha puesto de manifiesto que “los elementos que integran la hacienda mercantil están constituidos por bienes corporales e incorporales, heterogéneos o dispares en cuanto a su naturaleza, función y destino, pero que considerados en un conjunto forman una unidad económica regida por normas jurídicas distintas de las que corresponde aplicar a aquellos apreciados en forma particular y aislada. Estos elementos tienen carácter estático, con excepción del llamado llave... que constituye un elemento dinámico o funcional de la hacienda”.⁽⁸⁾ No obstante el uso reiterado de la palabra “elemento” que nosotros hemos enfatizado de expreso — Fernández, mas, adelante, expresa que “este elemento... en puridad dogmática más que un elemento es una cualidad del fondo”.

Rotondi, en un principio había sido partidario de la llave como cualidad y para ello utilizó como ejemplos “la salud y belleza de una persona, la fuerza de un caballo, la belleza de un jardín, la velocidad de un aeroplano, cualidades todas ellas bajo la tutela de las cuales existe un interés patrimonial quizás importantísimo, pero cualidades siempre y no elementos susceptibles de ser gozados de un modo independiente”.⁽⁹⁾ Posteriormente este autor evoluciono hacia otro criterio y ahora sostiene que “no es un elemento del fondo ni un sujeto autónomo de derechos, pero tampoco es solo una cualidad del mismo, sino una resultante que deriva tanto de la organización de los factores de la producción (avviamento objetivo) como de la actividad y cualidades personales del comerciante titular (avviamento subjetivo)”.⁽¹⁰⁾

⁽⁷⁾ CARNELUTTI, Francesco, Teoría General del Derecho, Editorial Olejnik, (Madrid, 1998), Pág.235.

⁽⁸⁾ FERNANDEZ, Raymundo, Tratado Teórico Practico de Derecho Comercial, Editorial Abeledo Perrot, (Buenos Aires, 2012), pág. 91.

⁽⁹⁾ ROTONDI, Mario, Instituciones de derecho privado, Editorial Labor, (Madrid, 1953), pág.127.

⁽¹⁰⁾ Ibídem, pág. 341.

Para nosotros la llave es un elemento derivado resultante de la combinación de otros elementos primarios y constituyentes, todos ellos primarios y derivados— del fondo de comercio como una unidad económica. Tal elemento derivado no tiene vida independiente y coexiste con los primarios en todas las empresa», pudiendo su valor ser positivo, cero o negativo.

En la legislación argentina, la ley 11.867 — del 17 de agosto de 1934 declara a la llave como elemento constitutivo de un establecimiento o fondo de comercio.

2.- Categorías

Suele distinguirse tres categorías de llave; comercial, industrial y financiero

La llave comercial – el “comercial goodwill” de Leake y de algunos autores norteamericanos- encuentra fundamentalmente su fuerza generadora en la clientela y en la inclinación, preferencia, simpatía o buena disposición de ésta hacia un negocio determinado. Es una cuestión psicológica nacida de la ubicación adecuada, de la calidad de los productos ofrecidos, del buen nombre comercial, de los precios acomodados, de una propaganda racionalmente encauzada, de una idea feliz, en fin. . . de un sinnúmero de causas independientes, pero las más de las veces concurrentes.

La llave comercial se establece “cuando por medio de tacto, rapidez y trato honesto se forma una amistad colectiva que asegura la futura buena disposición de los clientes”.

También se ha manifestado que la llave comercial es “atribuible, en gran parte, a la inercia económica y a la vinculación, lo que surge del hecho de que los compradores se guían, en su mayoría, por las costumbres y el hábito, más que por una elección consciente”.

Taussig reafirma estos conceptos describiendo a la llave como “el hábito o la costumbre que induce a la gente a tratar con una determinada empresa, con preferencia a otras de la misma índole”.⁽¹¹⁾

La llave industrial es la resultante de la “evolución y empleo de métodos especiales de salarios y de planes de repartición de utilidades, sistemas de pensiones, métodos cooperativos para resolver desaveniencias, adopción de medidas de seguridad, mejores condiciones de trabajo, promoción de actividades de conjunto, estabilidad de los empleos, etc.”.

La medida del valor financiero de la llave está dada por el crédito. Volvemos aquí a la cuestión psicológica pues el crédito se inspira en gran parte en un estado imaginario, en un juicio favorable, derivado de la honestidad, la buena reputación, la fama, la confianza, la estabilidad, la integridad, etc.

Una posición dominante, en este aspecto, promueve una actitud favorable de los inversionistas y de las instituciones de crédito y facilita la obtención de capitales en condiciones más ventajosas.

En síntesis, los aspectos señalados representan, respectivamente:

- a) Eficiencia en las relaciones con los consumidores;
- b) Eficiencias en las relaciones industriales;
- c) Eficiencias en las relaciones con los poseedores de capital.

3.- Factores que concurren a su formación

Al analizar los aspectos comerciales, industrial y financiero de la llave de negocio se enunció una buena cantidad de factores que concurren a la formación de este valor inmaterial.

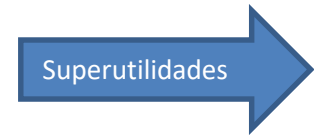
Los más importantes de ellos son:

- Clientela**
- Ubicación**
- Habilidad del empresario**
- Prestigio**

⁽¹¹⁾ BERTORA, H., op.cit., pág. 261.



- Experiencia técnica*
- Nombre comercial*
- Marcas*
- Publicidad*
- Franquicias*
- Patentes*
- Créditos*
- Relaciones comerciales*



La enumeración precedente es meramente enunciativa.

La llave puede estar constituida por uno o varios de esos factores, pero para que se concrete en un bien susceptible de apreciación pecuniaria es menester presumir que esos factores serán capaces de producir utilidades futuras por encima de lo normal.

Toda la teoría de la llave gira alrededor de las presunciones o conjeturas sobre superutilidades futuras. No se requiere necesariamente la existencia — pasado o presente — de utilidades superiores a las normales: es suficiente con que haya confianza de que ellas aparecerán en el futuro.

Es por ello que los factores enumerados anteriormente son aceptables exclusivamente para el caso de que den lugar a superutilidades. Precisamente las superutilidades futuras constituyen la síntesis final de cualquier larga enumeración de factores.

Pasemos a referirnos, siquiera rápidamente, a algunos de los factores listados más arriba:

3.1.- Clientela

En este lugar sólo aceptamos como tal aquella de carácter permanente; la accidental las consideramos emanada de la ubicación del negocio, en consecuencia, atributo de este factor. Ha sido tradicionalmente reconocida como la principal determinante del valor llave al cual se la ha identificado en forma reiterada. Para apoyar nuestro aserto bastará tan solo

recordar los fallos de los años 1620 y 1810 transcriptos ut-supra. Y es que en la mente de aquellos juristas — y en la de todos los que posteriormente se ocuparon del tema sin atribuirle sentido contable — predominaba la idea, en la mayoría de los casos cierta, de que la clientela engendra ventas y éstas utilidades y que, consecuentemente, a mayor clientela corresponderá mayores ventas y, en forma correlativa, mayores utilidades. Creemos que no se detuvieron a pensar en negocios que arrojan pérdidas no obstante una abundante clientela ni, menos aún, que tal clientela pudo haber sido creada artificialmente en base a competencia ruinosa nacida de una política de bajos precios e instaurada con el ánimo de atraer público.

La clientela es un factor determinante del valor llave, importante, pero tan solo un factor: nunca se lo debe confundir con la llave misma; entre ellas hay una relación de causa a efecto.

La clientela encuentra su expresión cuantitativa en el importe de las ventas de un período determinado: mes, año, etc.:La expresión cualitativa surge del análisis de esos montos de ventas referidos a:

- a - número de ventas;
- b - seccionalización de las ventas;
- c - índice de antigüedades de los créditos;
- d - porcentaje de incobrables;
- e - porcentaje de utilidad bruta;
- f - comisiones de ventas pagadas;
- g - comisiones de cobranzas pagadas.

Para lograr los datos enunciados como c, d, e, f y g, necesario será recurrir a otras informaciones contables como: total de deudores, total de incobrables por período, costo de venta, etc.

Otro elemento ilustrativo de significación será, a no dudarlo, el plano de distribución de la clientela ya que, en base al mismo, pueden apreciarse más fácilmente las consecuencias que traerán aparejadas ciertos cambios de estructura previsible, en la comercialización de determinados productos.

3.2.- Ubicación

La ubicación ha sido siempre un factor importante pues de ella depende, en grado sumo, la creación de la clientela accidental o "de paso" que entra al negocio — compra y da beneficios — no por una elección consciente, sino por aplicación de principios hedonísticos, tanto en el aspecto físico como mental. Constituyen ejemplos habituales de lo manifestado:

a.- estación de servicio ubicada sobre una ruta muy transitada y a una distancia calculada como la de elección más probable. por parte de la clientela accidental, para detenerse a reabastecerse de combustible, etc.;

b.- bar, confitería o restaurante ubicado al lado de esa estación de servicio;

c.- bares, confiterías o restaurantes ubicados en zona de afluencia de mucho público (teatros, cines o cualquier otro espectáculo público);

d.- casas de modas, tiendas, zapaterías y otros negocios para señoras ubicados en galerías céntricas o calles céntricas angostas

e.- puestos de diarios y revistas en paradas de medios de locomoción, estaciones de ferrocarriles y subterráneos, etc;

f.- librerías y negocios de artículos para escritorio ubicados en zonas de oficinas comerciales o pegadas a centros de estudios de alumnado numeroso.

Los ejemplos podrían repetirse indefinidamente

Consideramos conveniente poner de relieve que si del análisis

De los factores determinantes de la llave surgiera que la ubicación es preponderante debe tenerse especial cuidado de analizar las cláusulas contractuales que rigen la locación de ese local. En efecto, el tiempo de vigencia de esa locación puede condicionar la existencia de la llave y llevar su valuación a límites más estrechos. Igual afirmación cabría formular en relación a otras cláusulas como precio (alquiler), condiciones de transferencia, posibilidad de realizar mejoras, etc.

La práctica constante en el tratamiento de la llave — especialmente en lo que atañe a su valuación — ha dado lugar a la formulación de ciertos principios axiomáticos que es menester tener siempre presente:

- la llave de un negocio proveedor de productos alimenticios generalmente es más alta cuando tal negocio se encuentra ubicado en un barrio residencial: carnicerías, panaderías, etcétera;
- un negocio proveedor de industrias generalmente tiene un valor de llave superior cuando está ubicado en un centro industrial: ferreterías industriales, almacenes navales, etc.;
- la llave de un negocio ubicado en una zona que se halla en franco desarrollo es relativamente más barata que la de uno similar que se encuentra en un centro que alcanzó, ya, el límite del progreso;
- negocios florecientes en ciertas zonas pueden fracasar en ubicaciones defectuosas: florerías en centros financieros, artículos para oficina en lugares de turismo, etc.;
- la ubicación puede carecer de importancia para ramos muy especializados: productos farmacéuticos, algunos productos químico-industriales, etc.;
- las ordenanzas, decretos, etc., sobre edificación y reestructuración urbana deben ser tenidas siempre a la vista para no dejar de ponderar adecuadamente las posibilidades de demolición de edificios para apertura de avenidas, diagonales, parques, etc.
- la ubicación como factor de llave es generalmente más importante para el comercio que para la industria;
- un negocio ubicado en un centro activo de compras posee, en general, una llave más valiosa que otro situado en los alrededores: ferias, mercados, galerías, etc.;
- la ubicación inmediata a un centro que transitoriamente atrae a mucho público consumidor no genera sino una llave que debe amortizarse en

el periodo mediante el cual la atracción será efectiva: caso de negocios cercanos a ferias internacionales, etc.

3.3.- Habilidad del empresario

Tal habilidad puede referirse o sus especiales cualidades de organizador, vendedor, o, en general, a su eficiente dirección

Que resume todas las anteriores y obra como factor que impulsa a la empresa en sus diversos aspectos

La incidencia de la habilidad del empresario, en la configuración del valor llave, debe ser debidamente ponderada para estudiar las dificultades que puede acarrear un cambio del mismo o su desaparición prematura e imprevista. Por tal razón, en caso de una incidencia preponderante de este factor, se acostumbra a aconsejar la toma de un seguro que cubra el riesgo muerte del empresario hábil. Por lo demás, el costo de este seguro Influirá en el cálculo del valor del intangible llave, cuando se lo tenga que estimar para una finalidad específica

Las situaciones más comunes que obligan a estimar cuantitativamente la habilidad del empresario son dos:

- a) compra venta del negocio;
- b) disolución parcial de un ente societario por retiro o fallecimiento del socio hábil.

3.4.- Prestigio

El prestigio, como factor que concurre a la formación del valor llave, reconoce alguno de los siguientes antecedentes:

- a: originalidad o especialidad;
- b: calidad;
- c: formalidad;
- d: trato.

La originalidad o especialidad es dable referirla tanto al aspecto comercial como al profesional y puede concretarse momentáneamente en un verdadero monopolio de hecho sujeto, como es natural a los embates de la competencia que aparece, precisa mente, allí donde constata la existencia de un negocio lucrativo.

La originalidad y el buen gusto, puestos de manifiesto en la proyección de innumerables tareas, tanto por empresas que se dedican a decoraciones — con sus anexos: tapicería y fábrica de muebles — como por las que se ocupan de mejorar la presentación de los negocios, ha creado un mercado favorable a una reducida cantidad de especialistas en tales materias. De tal modo, hoy, en Buenos Aires, podemos citar no más de dos o tres negocios — para cada una de las especialidades anotadas — que gozan de un bien ganado prestigio en el sentido a que ya hemos hecho referencia.

El prestigio, como es de suponer, queda consolidado en base a calidad del producto ofrecido. Originalidad y calidad forman, así, un lazo indisoluble que genera prestigio y, consecuentemente llave.

El factor que estamos tratando suele afianzarse cuando su formalidad no es objeto de discusión. La formalidad comprende diversos aspectos, pero son dignos de ser destacados:

a) en relación a los clientes: calidad prometida, entrega en los plazos convenidos, presupuestos definitivos y no sujetos a aumentos, cobros en las épocas prefijadas, organización contable y administrativa eficiente que impida cometer errores, etc.;

b) en relación a los proveedores: recepción de materiales en las épocas prefijadas, pago en tiempo, cumplimiento de las obligaciones suscriptas, etc.

Para concluir con el comentario de este factor señalaremos que el trato resulta ser el complemento eficaz de los atributos indicados precedentemente. Entendemos que el trato necesariamente deberá ser referido a:

a) trato honesto;

b) trato hábil.

Por supuesto que ambas calificaciones tienen su expresión concreta con referencia al cliente, objeto y síntesis del negocio en sus consecuencias directas: venta y utilidad.

3.5.- Experiencia técnica

No cabe duda de que la experiencia técnica[^] puede erigirse, en determinadas circunstancias, en la causa principalísima que da lugar a la creación del valor llave.

El constante perfeccionamiento de maquinarias y procedimientos, los descubrimientos revolucionarios en ciertas industrias y el nuevo idioma “atómico” y “electrónico”, llevan a nuestro ánimo la rara sensación de la existencia de un mundo extraño, manejado por un ejército de técnicos, especializados individualmente en los detalles más minúsculos.

La experiencia técnica que posee una industria — sea ella química, metalúrgica, o de otra naturaleza — es capaz de colocarla en una situación envidiable, un verdadero privilegio, que puede ser interpretado como un monopolio de hecho

La influencia de tal experiencia se manifiesta en grado sumo en los países o centros de poco desarrollo industrial. A partir de ellos va decreciendo progresivamente.

Hay negocios de tradición, generalmente en manos de una familia, que van engendrando experiencia, la cual no trasciende al mundo exterior y sólo se va transmitiendo, acumulativamente, de generación en generación. Constituyen ejemplos típicos de esta traslación conservadora de experiencia técnica, lo que ocurre en ciertas industrias como las que se dedican a curtiembres, bodegas, relojes etc.

Desde ya que — al igual que lo referido al comentar la habilidad del empresario — se requiere tener presente: la duración probable de esa

experiencia técnica; si en caso de venta del negocio ella se incluye entre los elementos transferidos; si nuevos inventos pueden atemperar la importancia de tal experiencia; si la misma se concreta en la producción de un artículo que en la actualidad goza de aceptación en el mercado pero que corre serio riesgo de ser sustituido por otro que exige una técnica distinta; etc

3.6.- Nombre comercial. Marcas. Publicidad.

El nombre comercial o la marca de un producto pueden ser factores trascendentales en la creación del valor llave, especialmente en lo que atañe a artículos de consumo general, de calidad no discriminada y con precio de competencia. Son ejemplos típicos de llave a base de nombre o marca: jabones de tocador, dentífricos, analgésicos, aceites comestibles, vinos comunes, bebidas no alcohólicas, aperitivos, etc.

El nombre comercial y también la marca-- solía conseguirse después de un tiempo, más o menos largo. El advenimiento

de la radiotelefonía, y ahora la televisión, influyó en modo decisivo para que nombres y marcas se impusieran rápidamente como consecuencia de grandes campañas publicitarias que invadían, simultáneamente, otros terrenos, como diarios, revistas y cinematografía. Hoy, son muchos los artículos de consumo general que gozan del favor público por la exclusiva acción de la publicidad, pues su calidad y precio son equiparables a cualquiera de los fabricados por la competencia. Conocemos el caso de una empresa que obtuvo un éxito comercial de resonancia comenzando con un capital importante que dedicó, en pequeña escala, a la producción y el resto, a una desmesurada publicidad que adoptó como medio todos los posibles, inundando con avisos: espacios radiales, diarios, revistas, carteles en vehículos de transporte, carteleras y letreros en la vía pública, etc.

La llave que reconoce como causa la publicidad requiere, generalmente, inversiones periódicas importantes para sostenerse: j una

campaña de envergadura llevada a cabo por la competencia puede originarle una fuerte disminución de ventas, con las consecuencias imaginables.

Con respecto a los nombres de empresas y a las marcas de productos nos es dable afirmar que ellos, en muchos casos, están en condiciones de desarrollar una vida independiente, con entera prescindencia de los entes — físicos o jurídicos — que los detentan. Los nombres y las marcas son verdaderos bienes y, por tal razón, las legislaciones de todos los países tienden a proteger a sus titulares de los delitos contra la propiedad.

En la Argentina, “el régimen jurídico del nombre comercial es análogo al de la marca: la ley acuerda exclusividad en su uso, diferenciándose de aquella en que no necesita registrarse para gozar de la protección legal (ley nº 3975, art. 47)

3.7.- Franquicias. Patentes.

Las franquicias suelen ser fuente generadora de valores activos intangibles. Las concesiones para la explotación comercial de servicios públicos — y en menor proporción, de industrias extractivas — confieren un privilegio que a menudo se traduce en superutilidades permanentes o por períodos largos. Aun las otorgadas a título precario dan lugar a la creación de llave, sujetas, naturalmente, al cálculo de probabilidades. “El derecho que emerge de la concesión y permite al dueño del fondo desarrollar sus actividades en un campo sólo accesible mediante autorización gubernativa, previo cumplimiento de determinados requisitos, constituye un elemento incorporal de indudable valor económico, análogo al que resulta del derecho exclusivo de una marca o a la explotación de una patente.”

Las patentes, por la característica señalada, también pueden ser factor determinante de llave. En tal supuesto, menester será computar el período de vida de las patentes que engendran superutilidades, con la finalidad de valuar acertadamente el activo Inmaterial de la empresa.

3.8.- Crédito. Relaciones comerciales.

Los factores referidos en el epígrafe surgen como derivaciones de otros comentados precedentemente.

La habilidad de empresario, en cierto aspecto, va derivando insensiblemente hacia la formación de un vínculo amistoso con (clientes, proveedores, banqueros, dependientes, etc., al que cabe la calificación de relaciones comerciales. Estas relaciones -útiles para facilitar gestiones, economizar pesos, ganar tiempo, mejorar precios de compras, obtener materiales escasos, colocar producción a “igual calidad y precio” (en desmedro de la competencia), lograr la prestación de un servicio extra, etc. — nacen del trato diario y de la buena disposición que suelen caracterizar a los componentes de una misma comunidad, ligados por un mismo afán de progreso, cuando no por una misma necesidad de subsistencia. Cuando esas relaciones trascienden lo personal para niñarse en el seno de la empresa, como consecuencia de la seriedad y habilidad colectiva, queda configurado el factor “relaciones comerciales” como elemento de llave.

El crédito surge también como consecuencia de otras cualidades. Así la formalidad, que comentáramos al mencionar el factor prestigio, unida al conocimiento que se tenga de la experiencia técnica de la empresa y a otros factores como franquicias, patentes, marcas y nombre; integrarán la nómina de presuntos generadores del crédito. No hay dudas que los resultados de una buena administración coadyuvarán exitosamente en el logro del crédito. Y, más aun, el buen uso de un crédito anterior y las constancias de su fiel cumplimiento servirán, en todo momento, para formular nuevos pedidos con grandes probabilidades de obtener lo deseado. Estos antecedentes de uso de crédito, la formalidad en el trato con clientes y proveedores, el prestigio y nombre conseguido a través de ello, aseguran la inclusión de un valor inmaterial en el activo de la empresa.

4.- Clasificación de los factores

Los factores integrantes de la llave, con referencia a una determinada empresa o negocio, pueden clasificarse en dos grupos: transferibles e intransferibles.

Pertenecen al primero de ellos: la ubicación, las marcas y patentes, el nombre comercial, los procesos de fabricación, la organización, las franquicias y concesiones, etc)

Son intransferibles los factores que derivan de las cualidades personales del empresario, de su tacto, habilidad y competencia, de sus relaciones con el personal y sus vinculaciones con terceros. Intransferibles son, en síntesis, todos los factores íntimamente ligados al empresario que actúa dirigiendo eficientemente su empresa.

En caso de venta del fondo de comercio como un todo, los factores transferibles pasarán en mayor o menor grado al adquirente: los intransferibles continuarán inmanentes en el vendedor.

Desde otro punto de vista, el carácter de transferible o intransferible puede ser invertido. En efecto, la habilidad y competencia del vendedor puede ser transferida a otra empresa, en tanto que la ubicación del negocio será intransferible a este respecto.

Otra clasificación en boga divide a los factores integrantes del valor llave en dos grupos, a los que denomina objetivos y subjetivos, reservando esta última calificación para las cualidades del empresario.

La clasificación precedente, que guarda estrecha relación con el local goodwill y personal goodwill de los ingleses y norteamericanos, ha sido aceptada no sólo por la doctrina sino también por la jurisprudencia.

Así, en nuestro país, la Cámara Civil 2- de la Capital Federal²¹ confirmó un fallo de primera instancia, apelado por el Fisco, sentando el principio de que “puede suponerse que el trabajo personal del causante es el que ha podido determinar, en gran medida, el impulso de la empresa. En ausencia de esa contribución, podría pensarse, quizás, en una disminución de

aquel ritmo, lo que autoriza a considerar procedente la' apreciación hecha por el perito contador...". Hemos dado énfasis a la expresión "trabajo personal del causante" pues ella sintetiza en forma clara el personal goodwill.'

En lo que respecta a los tribunales norteamericanos, existen Algunos casos que han marcado rumbo en cuanto a la apreciación de los factores subjetivos y objetivos.

Uno de ellos es el conocido como el caso "Hopping" a partir «IH cual la Tax Court empezó a admitir la existencia de factores subjetivos derivados de la habilidad, destreza, experiencia y conocimientos personales de los empleados-socios.

Hasta el 20 de junio de 1947, fecha en que fue fallado el caso precitado, el valor de llave era íntegramente atribuido a factores objetivos.

Más adelante, en los casos "Mac Donald" y "Lawton" el tribunal sostuvo que la sociedad, como tal, no tenía valor de llave, el cual era asignado en su totalidad a sus miembros componentes.

CAPITULO III

Reconocimiento y valuación

Sumario: 1.- Valuación. 2.- Reconocimiento. 3.- Diferencia entre llave autogenerada y comprada. 4.- Amortización. 5.- Temas contables vinculados con el tratamiento de la llave. 6.- Las normas contables y la llave de negocio.

1.- Valuación

Conceptualmente, siempre existe un valor llave (positivo, cero o negativo) resultante de ventajas o desventajas comparativas esperadas. Su valuación puede dar lugar a controversias, habiéndose propuesto hasta el presente distintos métodos (todos ellos sujetos a serias limitaciones). La exteriorización de tal valuación en los estados contables multipropósito, aceptada para el caso de la llave de negocio adquirida, es cuestión controvertida en el caso de la llave autogenerada.

El enfoque de Bértora en lo que se refiere a la valuación de la llave de negocio resulta en su parte teórica sumamente acertado por cuanto reconoce aspectos centrales involucrados en todo método a encarar. En este sentido, destaca dos conceptos incluidos en la definición:

1 - Superutilidades futuras: no es necesario que las superutilidades hayan tenido lugar en el pasado, pero sí es imprescindible que se parta del

principio de que utilidades por encima de lo normal cristalizarán en el futuro; el pasado puede ser útil como base informativa, mas sólo las conjeturas sobre el futuro brindarán los elementos primarios para diagnosticar la posición de un negocio en relación a sus intangibles.

2.- Probabilidad: las superutilidades futuras deben quedar condicionadas al cálculo de probabilidades; todos los riesgos serán tenidos en cuenta a efectos de estimar la exacta proporción de casos favorables sobre el número de casos posibles y sólo se podrá prescindir de este factor cuando se tenga la certeza de que las superutilidades calculadas tendrán lugar (casos favorables = casos posibles)

Y aclara, sobre el particular:

“Desde el punto de vista de las matemáticas nuestra definición encuadraría dentro del concepto de esperanza matemática que no es sino el producto de una suma eventual por la probabilidad de ganarla. Esa suma eventual, naturalmente, está representada, en este caso, por las superutilidades futuras”.⁽¹²⁾

Más adelante indica:

“En el terreno de la estadística matemática, tomar los últimos beneficios producidos por el negocio y esperar que ellos se reproduzcan en los próximos años venideros equivale a identificar frecuencia con probabilidad a priori, conceptos éstos, únicamente identificables, mediando condiciones de experimentación análogas”.⁽¹³⁾

Las utilidades devengadas (frecuencia) sólo podrán tener igual proyección en el futuro (utilidades futuras = probabilidad) siempre que subsistan todas las condiciones que sirvieron de base a la formulación de aquellas. La más ligera desviación, o un mínimo cambio en dirección o intensidad, modifica el planteamiento y el cálculo pierde eficacia.

⁽¹²⁾ BERTORA, H., op.cit., pág.48.

⁽¹³⁾ BERTORA, H., op.cit., pág.61.

Concluye el autor señalando la limitación intrínseca en el proceso de valuación de la llave:

“La llave de negocio es, pues, un elemento extraordinariamente escurridizo. Lo más que puede hacerse es llegar a estimar, con la mayor aproximación posible, un justo valor, para lo cual resulta imposible la adopción de una fórmula precisa o de un método abstracto”.⁽¹⁴⁾

Lamentablemente, a pesar de la claridad en la conceptualización precedentemente citada, Bértora no desarrolla método alguno que la recepte aunque sea en parte. El minucioso análisis que realiza de los procedimientos existentes nos enfrenta con esquemas que no contemplan en medida alguna la incertidumbre implícita en la valuación de este intangible.

Ninguno de los procedimientos analizados por Bértora -al igual que en el caso del aporte de Paton y de otros autores consultados - aun tomando aquellos considerados por la doctrina como “racionales” par oposición a los empíricos, introduce la noción de probabilidad de ocurrencia en el futuro en su cálculo aunque la misma se declama como necesariamente conformante del valor llave.

En todos los métodos propuestos (anualidades, cálculo de superutilidades, capitalización a tasas diferenciales, etc.) las superutilidades surgen de la diferencia entre la utilidad media ordinaria y la utilidad normal calculadas en función a la experiencia pasada, lo cual presupone la expectativa de recurrencia en el futuro.

Si tomamos a Arévalo, veremos que, a pesar de reconocer que el valor de la llave pagada depende de la esperanza fundada en hechos futuros positivos, su propuesta se basa en la consideración de elementos pasados, no llegando a introducir los factores futuros cambiantes. Así, manifiesta:

“Se deberá apreciar la fuerza productiva o capacidad de lucro de la empresa, determinada generalmente por el rendimiento medio de varios

⁽¹⁴⁾ BERTORA, H., op.cit., pág.27.

ejercicios comerciales, por lo común los que corresponden a los últimos cinco años.

Es importante la apreciación de la tendencia formativa de ese rédito durante los años considerados, la que puede ser estable, inestable, decreciente o creciente.

El grado de prosperidad y la fuerza productiva se miden de acuerdo al beneficio neto obtenido que acusa el estado de pérdidas y ganancias de cada ejercicio y su relación con el capital operativo de la empresa.

Hasta ahora no se ha encontrado un medio más adecuado que esa relación para establecer la existencia de un valor llave de negocio".⁽¹⁵⁾

Puntualiza este autor, al igual que Bértora, la necesidad de practicar los ajustes pertinentes a los efectos de considerar exclusivamente las ganancias ordinarias y la depuración del capital para llegar al efectivamente empleado para la obtención de las mismas. Introduce, además, la necesidad de considerar la retribución del empresario y el interés del capital propio empleado de manera de computar el costo de todos los factores económicos de la producción y propone la segregación de todos los elementos que resulten intransferibles planteando la consideración de una proporción en la que se estime cómo han incidido los mismos en la formación de la utilidad ordinaria pasada. El autor se basa en la conceptualización económica de la llave que, tal como lo señala Paton, es:

"...el valor actual descontado, a una tasa adecuada, de los superávits sobre el costo de producción (incluyendo en él los rendimientos correspondientes al capital y a la gerencia determinados a base de precios de la competencia) que realizan el productor en particular o la empresa de que se trata. (...) En economía se insiste en el aspecto monopolista de los factores que contribuyen a formar el crédito mercantil y otros activos intangibles".⁽¹⁶⁾

⁽¹⁵⁾ AREVALO, Juan Alberto, Elementos de contabilidad, Ediciones Macchi, (Buenos Aires, 1982), pág. 218.

⁽¹⁶⁾ Ibídem, pág. 219.

Paton, haciendo alusión a Kester indica que:

“Si el crédito mercantil realmente existe, lo mostrará el registro de pérdidas y ganancias. El valor intangible implica un nivel de utilidades más alto que el normal”.⁽¹⁷⁾

Y concluye al respecto:

“A veces se dan casos en que se atribuye a una empresa un valor de negocio en marcha u otro valor intangible sin que, por lo que se refiere a su capacidad productiva anterior, pueda determinarse siquiera que haya obtenido utilidades normales, pero es evidente lo absurdo de dichas valoraciones desde el punto de vista de las normas comerciales ordinarias”.⁽¹⁸⁾

No coincidimos con esta interpretación, por cuanto tal valor llave podría resultar de posibles escenarios futuros que difieran de la experiencia pasada. No contempla para nada el comentario señalado, la influencia que podría tener en la valuación del intangible los efectos sinérgicos derivados de la combinación entre una empresa adquirida y otra existente. En realidad, se basa sólo en experiencias pasadas asumiendo su repetición en el futuro.

Arévalo llega a detectar las limitaciones existentes en los métodos de valuación existentes. Así, sostiene:

“Sin embargo, dudamos que cualquiera de las fórmulas matemáticas sea de aplicación general a los distintos casos que ocurren en la práctica para la determinación del valor de llave, puesto que la eficacia de su aplicación radicarán en que se encuadren a las circunstancias que configuren el caso a considerar, contemplando ajustadamente los diversos factores que han de tenerse en cuenta al proceder al respectivo cálculo.

Es condición indispensable para determinar con alguna aproximación el valor de llave, que reine un período de normalidad en los negocios, con cierta estabilidad en las condiciones económicas generales, en

⁽¹⁷⁾ PATON, *op.cit.*, pág.142.

⁽¹⁸⁾ *Ibídem*, pág. 178.

las normas jurídicas, en la legislación impositiva y en las relaciones del capital y el trabajo”.⁽¹⁹⁾

En momento de agudas transformaciones de carácter económico, jurídico y social, de poco servirá el análisis de la productividad pasada para formular vaticinios valederos con respecto al próximo futuro.

¿Qué utilidad tendría entonces realizar cálculos prolijos acerca de los beneficios pasados de un negocio que el vendedor llevó a cierto grado de prosperidad, para compensarlo de la privación de los mismos en el futuro si no se tiene la esperanza fundada de que han de producirse en la misma medida y que aún podrían desaparecer totalmente?

El hecho de que ninguna de las formulaciones matemáticas implicadas en los métodos propuestos para el cálculo del valor llave responda adecuadamente a estas preocupaciones es reconocido por los autores que enfatizan la importancia de la opinión de los expertos. Así, Arévalo sostiene:

Esas contingencias deberán apreciarlas las partes interesadas en la operación. .

El contador público avezado las tendrá presente y las estimará al formular un dictamen o pericia o intervenir en calidad de árbitro para la determinación del valor llave.

En el caso de Bértora, la siguiente afirmación es por demás ilustrativa:

“Si la llave de negocio es el valor actual de las superutilidades futuras más probables, fácil es suponer que toda la teoría de su valuación debe construirse sobre un basamento que no es del todo inconvencional, pues está constituido, exclusivamente, por hechos futuros cuya apreciación depende de la sagacidad del valuator y del especial punto de vista que adopte en la ponderación de tales hechos.

⁽¹⁹⁾ AREVALO, *op.cit.*, pág. 235.

Por ello, la valuación de la llave es siempre una tarea ardua que da lugar, la más de las veces, a enconadas controversias entre los que sostienen interpretaciones disímiles con respecto a la incidencia de los distintos factores que pueden influir en el resultado de explotación de una empresa”.⁽²⁰⁾

En síntesis, ambos autores sostienen la importancia de la opinión de los expertos en este tipo de valuaciones. Creemos que en el campo de la valuación de la llave de negocio existe un amplio camino a recorrer en el sentido de plantear alternativas que tengan en consideración el tratamiento de la incertidumbre. Una posibilidad podría estar encuadrada en el campo de la matemática no convencional, a través de algún planteo que utilizara la matemática borrosa. En este sentido, nuestra próxima aproximación al tema tomará tal dirección.

2.- Reconocimiento

Existe un amplio espectro de opiniones sobre el reconocimiento del valor llave y su exteriorización en los estados contables multipropósito. Trataremos de sintetizar a continuación las posturas existentes, desde las más conservadoras hasta las más audaces a este respecto.

2.1 - No reconocimiento de la llave de negocio adquirida

Hay quienes basándose en las dificultades implícitas en la medición de este intangible, sostienen que no debería activarse. Entre los aportes más recientes, mencionaremos la opinión de Colley y Volkan que proponen la no activación de la porción residual no identificable implícita en los precios de las combinaciones pues la misma se basa en opiniones de la gerencia sobre posibilidades sinérgicas.

Proponen estos autores, su eliminación contra patrimonio neto en el momento de la compra y fundamentan su postura en un análisis empírico del

⁽²⁰⁾ BERTORA, op.cit., pág. 117.

que surge (si se elimina dicha partida) que este tratamiento produciría un impacto mínimo en el ratio retomo sobre la inversión y un impacto modesto en el de solvencia de las empresas incluidas en la muestra. Resulta sumamente ácido el comentario con el que los autores finalizan su trabajo:

“Por lo tanto, el tiempo y el esfuerzo que la profesión dedique a resolver el debate sobre si corresponde o no activar la llave de negocio debe ser proporcional a las relativamente bajas consecuencias económicas de este problema”.⁽²¹⁾

Sin entrar en el análisis puntual del estudio empírico utilizado como soporte, queremos resaltar que la muestra final (período 80-85) incluyó entre 59 y 65 empresas y el análisis encarado consistió en computar los ratios de las empresas tal como estaban (contabilizando la llave) y repetir el cálculo suponiendo que se deducía de los activos y del patrimonio neto el total de la llave (o de otros activos cuando no estuviere adecuadamente discriminada) y su amortización se adicionara a resultados. Hay que destacar que la relativamente escasa exteriorización de aspectos vinculados a la contabilización de este bien inmaterial, subyacente en los estados contables incluidos en la muestra, constituye una importante limitación en el análisis encarado.

2.2.- Reconocimiento de la llave de negocio adquirida

Ya Paton enunciaba la siguiente regla general de contabilidad con respecto al tema:

El crédito mercantil y otros intangibles no debieran reconocerse, sino cuando son el resultado de una compra-venta definida y efectuada entre personas enteramente independientes, y aún en este caso solo hasta el importe de su costo en efectivo o su equivalente. El valor del intangible

⁽²¹⁾ COLLEY J.R., VOLKAN A.G., Accounting for Goodwill, Ediciones Horizonte, (Londres, 1988), pág.218.

reconocido así nunca deberá aumentar, más bien debe amortizarse de acuerdo con las circunstancias.

En este mismo sentido se define Bértora, al igual que la mayoría de los autores consultados, postulando el reconocimiento de la llave de negocio adquirida, por considerar que en ese momento cristaliza este valor inmaterial, como consecuencia del proceso de negociación entre comprador y vendedor, siendo la llave una especie de indemnización que éste último recibe por las superutilidades que dejará de percibir.

2.3.- Reconocimiento de la llave autogenerada

De los autores consultados, sólo Biondi considera que “de acuerdo con la realidad económica de la empresa en particular y en relación con el mercado, debería medirse y reconocerse la llave autogenerada”.⁽²²⁾ No obstante, admiten que esto trae aparejados tres problemas: la forma de medición, la objetividad y los límites de la valuación.

Respecto de la forma entienden que el procedimiento apropiado es la “valuación técnica” anual en base a los elementos de juicio de los que se disponga. En lo que se refiere a la contrapartida señalan como preferible su consideración como cuenta regularizadora de patrimonio neto (hasta que se avance en el modelo de valores corrientes dentro del cual jugaría como resultado). Señalan que:

Se muestra en el patrimonio neto a efectos que el usuario de los estados contables sepa, en todo momento, cuánto estaría el mercado dispuesto a pagarle por su participación en la empresa, prestigio de la misma incluidos, según la exposición de los emisores de esos estados contables.

Más allá de la crítica referente a la vulneración del concepto de mantenimiento del capital financiero que esta propuesta involucra, no creemos que el reconocimiento de la llave autogenerada agregue ventajas desde el

⁽²²⁾ BIONDI M., Efectos contables de las combinaciones de negocios, Ediciones Macchi (Buenos Aires, 1994), pág.79.

punto de vista de la información a brindar a los usuarios potenciales de los estados contables que, en este sentido, podrían satisfacerse a través de la inclusión en nota de tal valuación, siempre que en la misma se exteriorizara el procedimiento en ella implicado. No surge de la propuesta de los autores tal reclamo de sustento de las “valuaciones técnicas” y, en ese sentido, la discrecionalidad en la medición efectuada podría disminuir considerablemente su utilidad.

3.- Diferencia entre llave autogenerada y comprada

La Llave de Negocio puede ser dividida en dos categorías principales a efectos del análisis en este apartado:

1. Llave de negocio autogenerada: que es desarrollada mediante procesos y gastos no específicos en la misma empresa. “Gastos no específicos” incluye aquellos como: publicidad, desarrollo de productos, reclutamiento y entrenamiento de personal, entre otros. Es importante resaltar que no siempre los gastos mencionados anteriormente van a tener como consecuencia la creación de un valor llave.

2. Llave de negocio comprada: es mucho más fácil de definir e identificar. Surge cuando la empresa adquiere otra entidad pagando un monto en exceso de lo que se justificaría sea pagado teniendo en cuenta el valor razonable de los activos identificables adquiridos.

La llave de negocio autogenerada:

No se puede negar que la información en relación a la llave internamente generada en muchas empresas puede ser información relevante y de gran valor para los usuarios de los reportes financieros, pero la dificultad en lograr que esta información sea lo suficientemente confiable para ser utilizada va en detrimento del valor de dicha información.

En conclusión, el no reconocimiento contable de la llave de negocio autogenerada se fundamenta básicamente en el hecho de no ser un recurso que pueda medirse sobre bases confiables.

La llave de negocio comprada:

Mientras que el reconocimiento de la llave de negocio autogenerada recibió una atención más limitada por parte de los teóricos contables y fundamentalmente de los entes dictadores de normas, no es éste el caso con la llave de negocio comprada. La razón para esta diferencia en el tratamiento es muy clara. La compra de una llave es una transacción identificable, a diferencia del desarrollo de la llave autogenerada. La llave comprada resulta de una erogación identificable, generalmente importante y por lo tanto con un valor que se puede reconocer.

En conclusión, la llave de negocio comprada cumple con los criterios básicos para reconocer un activo: la entidad puede esperar y controlar beneficios futuros de este activo y puede medir su valor sobre bases razonables.

4.- Amortización

El que la vida útil de la llave de negocio sea considerada por algunos, en principio, indefinida, no implica que sea ilimitada. Sólo es válida la interpretación de indefinición en comparación con aquellos intangibles en que las vidas útiles son fijadas por regulaciones contractuales (como en el caso de marcas, patentes, franquicias). Del análisis que realizamos sobre la naturaleza de la llave de negocio surge que no podemos hacer alusión a una vida útil indefinida, sino que, por el contrario, la apreciación de este intangible supone necesariamente la consideración de un horizonte de planeamiento durante el cual han de subsistir las ventajas (o desventajas) comparativas.

En este sentido, la postura que nos parece más coherente es la sustentada por Bértora que, tras el análisis exhaustivo de las distintas aproximaciones al tema, expresa que en el caso de este intangible habría que

prescindir de los conceptos “desgaste” y/o “consumo” haciendo énfasis en el aspecto exclusivamente financiero tenido en cuenta al adquirirla:

“Así entendemos nosotros la amortización de la llave: puramente financiera y con abstracción absoluta de su desgaste potencial. Nuestra teoría explica también por qué la amortización procede siempre: haya superutilidades o no, y aunque el resultado sea adverso. Inexorablemente”.⁽²³⁾

En un sentido similar se expide Paton que sostiene:

“La política más conveniente, en el caso del crédito mercantil comprado, es crear una tabla de amortización que esté de acuerdo con el proceso de valoración empleado al registrar el cargo original. Por tanto, si se ha adquirido un poder productivo de excedentes a base de una vida supuesta de 10 años y a una tasa de capitalización del 15%, parecería indicada la amortización a base del plan de interés compuesto correspondiente”.⁽²⁴⁾

Creemos que, a los efectos de la amortización, habrá que considerar el horizonte de planeamiento y el procedimiento empleado tenido en cuenta para la determinación del valor llave en el momento de su adquisición. Entendemos que lo manifestado es igualmente aplicable para proceder a realizar el pertinente reconocimiento en resultados en el caso de la llave negativa que hubiera sido mantenida como cuenta regularizadora de la inversión o como ingreso diferido (en el supuesto de haberse establecido un precio inferior al que surgiera de la sumatoria de los valores corrientes del activo neto adquirido por entender que la empresa tenía desventajas comparativas).

Obviamente, será necesario evaluar al cierre de cada ejercicio si subsisten las condiciones tomadas en cuenta para definir el escenario futuro que dio origen a la valuación inicial de la llave, y proceder efectuar la amortización extraordinaria pertinente si las mismas se hubieran modificado sustancialmente.

⁽²³⁾ BERTORA, *op.cit.*, pág. 79.

⁽²⁴⁾ PATON, *op.cit.*, pág. 151.

5.- Temas contables vinculados con el tratamiento de la llave

Con relación a la exteriorización en los estados contables de publicación de los aspectos involucrados en el tratamiento de la llave de negocio, nos pareció oportuno señalar el estudio empírico encarado por Duvali con el propósito de extraer alguna conclusión acerca de si los inversores pueden desentrañar los efectos producidos por la contabilización de la llave de negocio, dentro de una normativa como la americana, que permite una variada gama de posibilidades (amortización hasta cuarenta años) y que no fija pautas explícitas de revelación. Destacan los autores las limitaciones provenientes de esta laxitud en las exigencias de información. Resulta interesante mencionar los siguientes resultados del análisis de la muestra que incluía estados contables de 621 empresas cotizantes en la Bolsa de Nueva York para 1988:

1. La mayoría (pero no todas) las empresas que han adquirido llave de negocio revelan alguna evidencia de su existencia.

2. Las empresas varían sustancialmente en sus Revelaciones sobre activación y amortización. 21 % de las empresas en la submuestra que incluye separadamente la llave no revelaban la llave de negocio neta, 58% no revelaban la amortización acumulada, y 76% no revelaban el cargo por amortización.

3. Las empresas varían sustancialmente en su elección y revelación de períodos de amortización de la llave. Casi un tercio de las empresas en la submuestra que revela la llave, no revela el período en el cual se amortiza.

4. La llave neta y la amortización tienden a ser mayores para las empresas que revelan su existencia que para las que no lo hacen. Sin embargo, la llave de negocio neta representa más de 5% de los activos netos y la amortización representa más del 3% de la ganancia neta para la mitad de las empresas que no revelan la existencia de la llave en la muestra. (28)

Como podemos observar, según el estudio realizado por estos autores, las cuestiones encaradas pueden resultar significativas para los análisis que realizan los inversores.

Creemos que es razonable su postura en cuanto a que la exteriorización adecuada mejoraría la calidad de la información contable a través de la revelación de la política de contabilización de la llave de negocio adquirida. A tales efectos, estos autores proponen que:

Si la llave de negocio no es significativa, las empresas deberían indicarlo en nota.

Si la llave de negocio es significativa, las empresas deberían proporcionar un cuadro indicando la evolución de saldos de la llave y otro incluyendo detalle de cada adquisición que represente una proporción sustancial del total del rubro (más del 15%). En este segundo cuadro debería incluirse fecha y nombre de la adquisición, el saldo no amortizado y el período de amortización restante.

También se incluiría en este cuadro respecto a las otras adquisiciones (no significativas) el saldo combinado de la llave no amortizada y el período promedio ponderado de amortización restante.

6.- Las normas contables y la llave de negocio

No podemos finalizar el presente análisis sin referirnos a la normativa contable vinculada al tratamiento de la llave de negocio.

En la Argentina, el Informe 24 de la Comisión de Estudios Sobre Contabilidad del C.P.C.E.C.F. señala acertadamente que la R.T. N° 10 en los apartados B.3.14 y B.3.15 ha clasificado los bienes intangibles de acuerdo con el criterio de identificabilidad concepto directamente relacionado con la posibilidad de ser enajenados en forma separada del resto de los bienes de un ente.

En el mismo sentido se pronuncia el Borrador de Exposición 50 del I.A.S.C. sobre Bienes Intangibles (que excluye específicamente de su alcance

a la llave de negocios surgida de combinaciones de negocios cuyo tratamiento está alcanzado por la NIC 22 sobre Combinaciones de Negocios) que en el párrafo 11 define a los intangibles alcanzados por la norma como:

11. Activos identificables no - monetarios inmateriales que:

a) son controlados por una empresa para su uso en la producción u oferta de bienes o servicios, para ser alquilados o para propósitos administrativos

b) su vida útil excede de un período

El Borrador 50 excluye vía la conceptualización de identificabilidad a la llave autogenerada (cosa que la R.T. N° 10 realiza en forma explícita en el apartado B.3.15) y aclara al respecto:

13. La definición de los activos intangibles requiere que el activo sea identificable y no monetario. Los activos no monetarios inmateriales satisfacen la definición de activos intangibles cuando pueden ser identificados a través de la referencia a derechos legales, incluyendo el derecho de propiedad, y se mantienen para su uso en el largo plazo.

14. El acuerdo que establece un derecho legal sobre un activo también identificará al activo al cual se vincula. En algunos casos, sin embargo, un activo intangible no puede ser identificado a través de la referencia a un derecho legal.

La determinación de si tales activos son identificables involucra una revisión cuidadosa de una serie de factores que permiten que la empresa identifique los beneficios que se derivan de los mismos. Un factor clave es la determinación de si un activo pudiese ser identificado a través de la creación de un derecho legal si la empresa deseara disponer del mismo en forma separada del negocio en el cual es utilizado; esto es, si el activo es separable. Un activo es separable si la empresa pudiera alquilarlo, venderlo, intercambiarlo o distribuir los beneficios económicos futuros que de él se deriven sin disponer al mismo tiempo de los beneficios económicos futuros que se deriven de los otros recursos utilizados en la misma actividad generadora

de recursos . Si sólo pudiera disponerse del activo intangible como parte de la actividad generadora de recursos a la cual contribuye, no es separable de la llave de negocios relacionada con tal actividad y, a menos que pueda ser identificado de alguna otra forma (por ejemplo a través de un derecho legal) no es un activo identificable.

En lo referente al tratamiento específico de la llave de negocios positiva proveniente de combinaciones de negocios la NIC 22 revisada, establece en el párrafo 40:

40. Cualquier excedente del costo de adquisición sobre el valor razonable de los activos netos identificables adquiridos a la fecha de la transacción debe ser calificado como llave de negocio y reconocido como activo.

41. La llave de negocio que se deriva de una adquisición representa un pago que el adquirente efectúa por los beneficios económicos futuros que espera obtener. Los ingresos económicos futuros pueden provenir de la sinergia entre los activos identificables adquiridos o de activos que, individualmente, no poseen las características necesarias para ser reconocidos como activos en los estados contables a pesar de lo cual el adquirente está dispuesto a pagar por su compra.

42. La llave de negocio debe amortizarse a través de su cargo a resultados en el período de su vida útil. Para la amortización, debe utilizarse el método de la línea recta a menos que otro método de amortización resultara más apropiado para las circunstancias particulares. El periodo de amortización no debe exceder de cinco años a menos que pueda justificarse un período mayor que no podrá exceder de los veinte años de la fecha de adquisición.

Los autores del Borrador admiten haber introducido el límite arbitrario de cinco años ante la dificultad derivada del hecho de que la misma representa beneficios económicos futuros proveniente de sinergia o de activos no identificables y con el supuesto de que la llave generalmente no tiene una vida útil que exceda tal período. En lo que se refiere al límite máximo de veinte años

en caso de justificarse, lo fundamentan en que no es probable que el horizonte de planeamiento de las empresas con relación a sus operaciones totales exceda tal período, por lo cual cualquier proyección de la llave que fuera más allá no resultaría confiable. Por nuestra parte, nos remitimos a las consideraciones que efectuamos supra sobre el período de amortización.

Quisiéramos puntualizar aquí que las normas de Estados Unidos (Opinión 17 del Accounting Principles Board) no establecen tal presunción, siendo mucho más flexibles en el límite máximo que elevan a cuarenta años.

Nos pareció interesante incluir estas referencias por cuanto la normativa vigente en nuestro país es mucho menos específica al referirse simplemente a un plazo razonable de vida útil.

En lo que hace a la llave negativa la NIC 22 establece como tratamiento preferible:

49. Cuando el costo de adquisición sea menor que el valor razonable de los activos netos identificables adquiridos a la fecha de la transacción, deben reducirse proporcionalmente los valores razonables de los activos no monetarios adquiridos hasta la eliminación de tal diferencial. Cuando no sea posible eliminar completamente tal diferencia el remanente deberá considerarse llave negativa y tratarse como ingreso diferido. Debe reconocerse como ingreso sobre una base sistemática a lo largo de un período que no exceda los cinco años a menos que pueda justificarse un período superior que no podrá exceder los veinte años contados desde la fecha de adquisición.

La NIC postula como tratamiento alternativo:

51. Cualquier exceso, a la fecha de la transacción, del valor razonable de los activos netos identificables adquiridos sobre el costo de adquisición, debe ser considerado llave negativa y tratado como ingreso diferido. Debe reconocerse como ingreso sobre una base sistemática en un período que no exceda los cinco años a menos que pueda justificarse un

período superior que no podrá exceder los veinte años contados desde la fecha de adquisición. (38)

El tratamiento preferible postulado por la NIC 22 coincide con la Opinión 17 del Accounting Principles Board salvo en lo que se refiere al plazo límite de cinco años que no considera y en lo que hace al límite superior que eleva a cuarenta años.

Por la postura sostenida en los Acápites 1 a 6 del presente trabajo entendemos como más razonable el tratamiento alternativo con las consideraciones señaladas en 6 referidas al período en que se debe reconocer en resultados la misma. Si la llave de negocios proviene por definición del reconocimiento de desventajas comparativas de las cuales surgirán en el futuro ingresos inferiores a los considerados normales, resulta lógica su consideración como partida regularizadora de la inversión (en el caso de compra de acciones que es el tratamiento postulado por la R.T. N° 5) o como ingreso diferido en las combinaciones.

6.1.- Tratamiento de la llave de negocio en el contexto de las normas contables profesionales argentinas

La RT 17, en su apartado 5.13, al referirse al reconocimiento de Otros Activos Intangibles, establece que: “Los activos intangibles adquiridos y los producidos solo se reconocerán como tales cuando:

- a. Pueda demostrarse su capacidad para generar beneficios económicos futuros
- b. Su costo pueda determinarse sobre bases confiables
- c. No se trate de:
 1. costos de investigaciones efectuadas con el propósito de obtener nuevos conocimientos científicos y técnicos o inteligencia,
 2. costos erogados en el desarrollo interno del valor llave, marcas, lista de clientes, y otros que, en substancia, no puedan ser distinguido del costo de desarrollar un negocio tomado en su conjunto

3. costo de publicidad, promoción y reubicación o reorganización de una empresa

4. costo de entrenamiento (excepto aquellos que por su característica deban activarse en gastos preoperativos)...”⁽²⁵⁾

La RT 17, en su apartado 5.12, al referirse al tratamiento de la llave de negocio se remite al apartado 3 de la RT 18. Además, la llave también se encuentra normada en la RT 21 que versa sobre Valor Patrimonial Proporcional.

Reconocimiento

La RT 18, al referirse al reconocimiento de la Llave de Negocio establece:

“La llave de negocio (positiva o negativa) solo se reconocerá en los casos requeridos por: a) la sección 6.3 (Adquisiciones) de esta resolución técnica; y b) la sección 1 (Medición contable de las participaciones permanentes en sociedades sobre las que se ejerce control, control conjunto o influencia significativa) de la Resolución Técnica N° 21 (Valor patrimonial proporcional - Consolidación de estados contables - Información a exponer sobre partes relacionadas). No se reconocerán la llave autogenerada ni los cambios en el valor de la llave adquirida que fueren causados por el accionar de la administración del ente o por hechos del contexto.”⁽²⁶⁾

Medición contable inicial en el contexto de la RT 21

La RT 21, al referirse a la medición inicial en la aplicación del método VPP, plantea como procedimiento para dicha medición:

“1. Establecimiento del costo de adquisición, o sea el valor que se paga por la empresa o por la participación adquirida.

⁽²⁵⁾ Resolución Técnica N° 17, FACPCE, (08/12/2000)

⁽²⁶⁾ Resolución Técnica N° 18, FACPCE, (08/12/2000)

2. Determinación del patrimonio neto adquirido, el valor de mercado razonable que se le asigna a los activos netos identificables en la adquisición.

3. Establecimiento de la proporción del inversor: qué porcentaje sobre los activos netos mencionados en 2 se adquirió.

4. Cálculo del valor llave, sea éste positivo o negativo”.⁽²⁷⁾

Como se observa, para las NCP el valor llave es un resultante del “valor o cálculo residual”.

De esta manera, si el costo de adquisición determinado en 1. supera el valor determinado en 3., el exceso será tratado como una llave positiva:

Llave Positiva

Patrimonio del EMISOR	ACTIVO	PASIVO
Monetarios	1.500	1.200
No monetarios	700	-
Patrimonio a VALORES CORRIENTES		1.000
Adquisición del 90% a \$1.100	Participación 90%	900
	COSTO	1.100
	Llave POSITIVA	200

Por el contrario, si el costo de adquisición es inferior a la proporción del patrimonio que corresponde al inversor surge una diferencia negativa, cuyo tratamiento se analiza más adelante:

⁽²⁷⁾ Resolución Técnica N° 21, FACPCE, (08/12/2000)

Llave Negativa

Patrimonio del EMISOR	ACTIVO	PASIVO
Monetarios	1.000	200
No monetarios	200	-
Patrimonio a VALORES CORRIENTES		1.000
Adquisición del 75% a \$500	Participación 75%	750
	COSTO	500
	Diferencia Negativa	(250)

Llave positiva

La medición contable de la llave de negocio positiva se efectuará a su costo original menos su depreciación acumulada y menos las desvalorizaciones que correspondiere reconocer por comparaciones con valores recuperables. Si la llave de negocio tiene vida útil indefinida, no se computará su depreciación pero la comparación con su valor recuperable deberá realizarse en cada cierre de ejercicio.

Depreciación de la llave positiva

Se calculará sobre una base sistemática a lo largo de su vida útil, la cual debería representar la mejor estimación del período durante el cual se espera que el ente reciba beneficios económicos provenientes de la llave.

La depreciación se computará por el método de la línea recta, salvo que exista evidencia demostrativa de la existencia de otro método que resulte más adecuado.

Para la estimación de la vida útil se considerarán, entre otros factores:

- a) la naturaleza y vida previsible del negocio adquirido;
- b) la estabilidad y vida previsible del correspondiente ramo de la industria;
- c) los efectos que sobre el negocio adquirido tengan la obsolescencia de productos, los cambios en la demanda y otros factores económicos;
- d) las expectativas que puedan existir acerca del manejo eficiente del negocio por parte de un grupo gerencial distinto al actual;
- e) las acciones esperadas por parte de competidores actuales o potenciales;

Llave de negocio positiva con vida útil indefinida

En este caso, las causales por las que se decidió que la llave tiene vida útil indefinida deberán exponerse en nota a los estados contables.

Cuando exista la llave de negocio con vida útil indefinida, se analizará en cada cierre de ejercicio que los eventos y circunstancias que soportan esta definición continúan para ese activo.

Si del análisis realizado se produjera un cambio del activo con vida útil indefinida a un activo con vida útil definida, se tratará como un cambio en la estimación contable como consecuencia de la obtención de nuevos elementos de juicio.

Llave negativa

La llave de negocio negativa puede surgir entonces cuando el costo de adquisición pagado es inferior a la participación del inversor sobre el patrimonio adquirido.

El tratamiento, de esta diferencia en menos, propuesto por la RT 18 se expone a continuación:

1. La porción de la llave negativa que se relacione con las expectativas de pérdidas o gastos futuros esperados de un ente adquirido, que no haya correspondido reconocer como pasivos a la fecha de la adquisición y que pueda ser determinada de manera confiable a dicho momento, se

reconocerá en resultados en los mismos períodos a los que se imputen tales quebrantos o gastos.

Si estos no se produjesen en el período esperado, se aplicará la norma del párrafo siguiente.

2. La parte que no se relacione con dichos gastos, se imputará contra resultados en forma sistemática a lo largo de un período igual al promedio ponderado de la vida útil remanente de los activos de la sociedad emisora que estén sujetos a depreciación.

Si se analiza la propuesta de la RT 21 en su apartado 1.3.1.1 punto e), se descubre una **aparente inconsistencia entre las dos RT referidas**, que se resalta con negrilla, dicha inconsistencia también es explicada por la catedra de Contabilidad 2 y Contabilidad 5:

“1. La porción de la llave negativa que se relacione con las expectativas de pérdidas o gastos futuros esperados de un ente adquirido, que no haya correspondido reconocer como pasivos a la fecha de la adquisición y que pueda ser determinada de manera confiable a dicho momento, se reconocerá en resultados en los mismos períodos a los que se imputen tales quebrantos o gastos.

Si estos no se produjesen en el período esperado, se aplicará la norma del párrafo siguiente.

2. La parte que no se relacione con dichos gastos, tendrá el siguiente tratamiento:

a) El monto que no exceda a la participación de la empresa inversora sobre los valores corrientes de los activos no monetarios identificables de la empresa emisora, se imputará contra resultados en forma sistemática a lo largo de un período igual al promedio ponderado de la vida útil remanente de los activos de la sociedad emisora que estén sujetos a depreciación.

b) El monto que exceda a la participación de la empresa inversora sobre los valores corrientes de los activos no monetarios

identificables de la empresa emisora, se imputará contra resultados en el momento de la compra".⁽²⁸⁾

Llave Negativa

Patrimonio del EMISOR		ACTIVO
Neto Rubros No Monetarios		200
Adquisición del 75% a \$500	Participación 75%	150
	LIMITE A LLAVE (-)	150
	TOTAL LLAVE (-)	250
	A UTILIDAD del EJERCICIO	(100)
	RESTO: Llave Negativa	(150)

⁽²⁸⁾ Catedra de Contabilidad V. Clases practicas

CAPITULO IV

Aplicación práctica

Sumario: 1.- Consideraciones. 2.- Casos de aplicación.
3.- Conclusión.

1.- Consideraciones

En esta parte del trabajo nuestro objetivo es aplicar los conceptos enunciados en los capítulos precedentes, teniendo en cuenta la orientación aludida por el autor utilizado para conformar la información expuesta.

2.- Casos de aplicación

Caso 1: Adquisición de Llave de Negocios

Para este primer caso hemos teniendo en cuenta el trabajo realizado por el equipo de auditoría de la empresa, Droguería del Sud S.A., en donde se analizó la posibilidad de invertir en la adquisición de las empresas Eidar S.A. y Carpan S.A., ofreciendo la primera, un valor superior al de sus registros contables y la segunda, un valor inferior.

1.a) A continuación presentamos la operación por la que se decidió contratar:

Con fecha 16-07-10, Néstor Oscar Rojo y José Taboada (Los vendedores), ceden y transfieren a Droguería del Sud y Roentgen S.A. (Los compradores) la totalidad de las acciones de Eidar S.A., cuyo capital social

asciende a \$133.780, representado por 133.780 acciones ordinarias, nominativas no endosables con derecho a un voto por acción y de valor nominal \$ 1 cada una. La sociedad tiene como único patrimonio un inmueble inscripto a su nombre, situado en la localidad de Sarandí, partido de Avellaneda, Prov. de Buenos Aires.

La venta se efectuó según el siguiente detalle: Oscar Rojo transfiere a DDS 89.184 acciones; y José Taboada transfiere 20.516 a DDS y 24.080 a Roentgen S.A.. De esta forma, DDS será titular del 82% de las acciones y Roentgen del 18% restante.

El precio se pacta en u\$s 1.700.000, que es pagado de la siguiente manera: DDS abona al señor Oscar Rojo la suma de u\$s 1.133.299 y al señor José Taboada la suma de u\$s 260.706. Y Roentgen abona a José Taboada u\$s 305.995. El precio abonado al señor Rojo es cancelado de la siguiente forma: Mediante deposito efectuado el día 14 de julio de 2010 por u\$s 66.665 y el saldo de u\$s 1.066.634 es transferido en ese acto. El precio abonado al señor Taboada es abonado de la siguiente forma: u\$s 260.706 transferidos por DDS en ese acto.

Drogueria del Sud cierra ejercicio el 31/07 de cada año y Eidar el 31/12/2009, a continuación presentamos información de la empresa adquirida.

Estado de Situación Patrimonial Eidar SA al 31/12/2009

	31/12/2009		31/12/2009
	\$		\$
<u>Activo</u>		<u>Pasivo</u>	
<u>Activos Corrientes</u>		<u>Pasivos Corrientes y no Corrientes</u>	
Disponibilidades	0	Cuentas a Pagar	0
Total del Activo Corriente	0	Total del Pasivo Corriente	0
<u>Activos No Corrientes</u>		<u>Patrimonio Neto</u>	
Bienes de Uso (Anexo A)	92.586	(S/ estado respectivo)	92.585
Total del Activo	92.586	Total Patrimonio y Pasivo	92.585

Estado de Evolucion Eidar SA al 31/12/2009

Rubros	Capital	Aumento	Total	Reserva Legal	Resultados No Asignados	Patrimonio Neto
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Saldos al 31/12/2009	133.780	0	133.780	0	(41.195)	92.585

La empresa solo presenta un bien inmueble con vida útil transcurrida de 15 años, según anexo de Bienes de Uso, el cual fue adquirido como local para desarrollar su actividad. Drogueria del Sud estaba en busca de un inmueble con la estructura necesaria para expandir su negocio, local que satisfacía esta necesidad.

Para tal operación se registró el siguiente asiento contable:

Inversiones VPP - A	75.921
Mayor Valor VPP - B	4.266.668
Llave de negocios - C	1.085.667
Banco - D	5.428.255

A) Inversiones VPP: teniendo en cuenta la RT 21, la adquisición de la firma se realiza mediante la valuación patrimonial proporcional respecto del porcentaje adquirido sobre esta.

PN Eidar SA al 31-12-09	92.586
% de participación	<u>82%</u>
Inversión VPP	75.921

B) Mayor Valor VPP: según la RT 17, la valuación de los bienes pertenecientes a la empresa con expectativas de venta deben ser valuados a valores corrientes, por lo cual se reconoce este mayor valor discriminado de la cuenta Inversión VPP, importe que refleja la valuación a valores corrientes del bien de uso en su totalidad, con los cual la misma corresponde amortizar en la vida útil restante del bien. En este caso la identificación del mayor es precisa dado que la empresa solo cuenta con un único bien, sin embargo existen casos en que el mayor no se puede determinar con precisión y este termina formando parte de la cuenta Inversiones VPP.

Valor Total Pactado USD	1.700.000
Valor de Mercado USD	1.360.000
82% respecto de VM	1.115.200
TC 3,894 s/Banco Nación	3,894
Valor Corriente en \$	4.342.589
VPP	<u>75.921</u>
Mayor Valor VPP	4.266.668

C) Llave de negocios: como se expuso en los capítulos anteriores, es el valor abonado por encima de la valuación de los activos de la empresa adquirente.

Precio de compra	1.394.005
TC s/Banco Nación	3,894
Precio Abonado (D)	5.428.255
VPP + Mayor Valor	4.342.589
Llave Adquirida	1.085.667

En esta ocasión la empresa decidió no amortizar la llave de negocios en futuras ejercicios y tomar una vida útil indefinida teniendo en cuenta lo prescripto por la resolución técnica nº 18. Esta opción tiene argumento respecto de que las futuras inversiones, para la cual fue adquirida, permitirán que el valor de la empresa sea recuperado constantemente sin necesidad de realizar la amortización de dicho concepto.

1.b) En este análisis de inversión de Droguería del Sud también se pudo examinar sobre la posibilidad de realizar la adquisición de la empresa Carpan S.A., la cual presentaba un inmueble de menor magnitud pero con las mismas características de contratación, mismo porcentaje de adquisición (82%) por parte de Droguería del Sud, sin embargo el precio ofrecido era inferior al expuesto en los balances.

Estado de Situación Patrimonial Carpan SA al 31/12/2009

	31/12/2009		31/12/2009
	\$		\$
<u>Activo</u>		<u>Pasivo</u>	
<u>Activos</u>			
<u>Corrientes</u>		<u>Pasivos Corrientes y no Corrientes</u>	
Disponibilidades	0	Cuentas a Pagar	0
Total del Activo Corriente	0	Total del Pasivo Corriente	0
<u>Activos No Corrientes</u>		<u>Patrimonio Neto</u>	
Cuentas a Cobrar	1.500.000	(S/ estado respectivo)	2.700.000
Bienes de Uso	1.200.000	Total Patrimonio y Pasivo	2.700.000
Total del Activo	2.700.000		

Estado de Evolución Carpan SA al 31/12/2009

Rubros	Capital \$	Aumento \$	Total \$	Reserva Legal \$	Resultados No Asignados \$	Patrimonio Neto \$
Saldos al 31/12/2009	1.250.000	0	1.250.000	0	1.450.000	2.700.000

En una primera instancia se analizaba la posibilidad de adquirir la firma por un importe de \$984000 y reconocer una llave de negocios negativa, registrando el siguiente asiento.

VPP adquirido	2.214.000
Llave de negocio (-)	984.000
Rtdo de compra	246.000
Banco	984.000

- A) VPP adquirido: se reconoce el 82% de los activos netos (patrimonio neto).
- B) Llave de negocios negativa: según la resolución técnica nº 18 estable para los casos en los que no exista expectativas de pérdidas futuras, reconocer un resultado por compra en el momento y registrar la llave negativa teniendo en cuenta el respaldo que ofrecen los activos no monetarios frente a futuras perdidas posibles por el porcentaje de participación.

Precio de compra en \$	984.000
Inversión VPP	<u>2.214.000</u>
Llave Negativa Total	-1.230.000
Llave sin expectativa	<u>-984.000</u>
Resultado x Compra	246.000

En una segunda instancia de análisis se consulta a los abogados de la firma por la posibilidad de concreción de los deudores por venta ya que los mismos estaban expuestos como no corrientes en el balance de Carpan SA. Esto es debido a que el 100% de los créditos por ventas no corrientes eran deudores incobrables, no habiéndose registrado ningún tipo de previsión para tal caso, lo cual se supo con posterioridad, con lo cual esto implicaba que el asiento de adquisición por la posible compra se registre de la siguiente forma:

VPP adquirido	2.214.000	
Llave de negocio (-)		1.230.000
Banco		984.000

La llave negativa representa el 82% de los créditos expuestos en el balance de Carpan SA.

Según lo establecido por la resolución técnica nº 18 en los casos que existan expectativas de generarse futuras perdidas la llave registrada se expone regularizando la inversión adquirida, puesto que la misma debe representar la inversión neta de la llave negativa por deudores incobrables. De esta forma en ejercicios futuros en los cuales se registren las pérdidas por deudores incobrables (salvo que estos documentos sean descontados en el banco) a su vez se reconocerá el resultado positivo regularizando la inversión hasta absorber el total del importe registrado. Con posterioridad se debería realizar los siguientes asientos en los ejercicios que se registren tales perdidas:

Deudores Incobrables	1.230.000	
Deudores x Ventas		1230000
Llave de negocios (-)	1.230.000	
Rtdo diferido x compra		1.230.000

Caso 2: Llave de negocios autogenerada

En este caso presentaremos el análisis del valor actual de una empresa del medio, la cual incluye el elemento Llave de negocios, objeto de análisis del presente trabajo. La firma se dedica a la elaboración de productos alimenticios y posterior venta al por mayor de los mismos, los directivos están analizando la posibilidad de vender la empresa a capitales extranjeros y necesitan saber el valor actual para saber el piso por el cual estarían dispuesto a aceptar. A continuación presentamos los elementos que componen dicho valor actual:

- a) Capital de Trabajo
 - b) Valor actual de bienes de uso
 - c) Valor llave
- a) Presentamos el estado de situación patrimonial al 30/06/2016 y el capital de trabajo expresado en USD:

AON AL 30.06.16

<u>Activo</u>	-	-	<u>Pasivo</u>	-
<u>Activos Corrientes</u>	-	-	<u>Pasivos Corrientes</u>	-
Caja y Bancos	334.265		Cuentas por pagar (Nota 2.4.1)	1.158.393
Créditos por Ventas (Nota 2.1.1)	434.727		Deudas Sociales y Fiscales	2.015.275
Otras Cuentas por Cobrar (Nota 2.2.1)	3.464.817		Deudas Financieras (Nota 1.2.7 y 2.7.2)	125.213
Bienes de Cambio (Nota 1.2.1 y 2.3.1)	3.124.060		Otras Deudas (Nota 2.6.1)	2.640
Total del Activo Corriente	7.357.869		Total del Pasivo Corriente	3.301.522
			<u>Pasivos no Corrientes</u>	
			Deudas Sociales y Fiscales	655.358
			Deudas Financieras (Nota 1.2.7 y 2.7.2)	362.372
			Total del Pasivo no Corriente	1.017.730
			Total del Pasivo	4.319.252
<u>Activos no Corrientes</u>	-	-		
Bienes de Uso (Nota 1.2.2 y Anexo A)	15.880.465		<u>Patrimonio Neto</u>	
Total del Activo no Corriente	15.880.465		Según estado respectivo	18.919.083
Total del Activo	23.238.334		Total Pasivo y P. Neto	23.238.335

Concepto	Importe \$	Tipo de Cambio 30-06-16	Importe USD
Activo Operativo (Activo Corriente)	7.357.869	14,8	497.153
Pasivo Total (Corriente + No corriente)	4.319.252	15,2	284.161
Total Capital de Trabajo en USD			212.992

b) El valor actual de los bienes de uso (valores corrientes):

Rubro	Detalle	Valor Actual USD	Tipo de Cambio	Valor Actual \$	Vida Útil Restante	Amort.
Rodados	Camión Mercedes Benz modelo 2006			260.000	0	
	Camión Mercedes Benz modelo 2016	50.200	14,8	742.960	5	148.592
	Camión IVECO modelo 2015			650.000	5	130.000
Maquinarias	Freidor FEX-100	66.000	14,8	976.800	5	195.360
	Extrusora Monotornillo	17.000	14,8	251.600	0	0
	Extrusora Doble Tornillo	26.000	14,8	384.800	7	54.971
	Freidor Batch FB-35	8.500	14,8	125.800	0	0
	Lavadora AL-1050	18.000	14,8	266.400	7	38.057
	Freidor FEX-200	90.000	14,8	1.332.000	7	190.286
Instalaciones				87.449	Se toma amortización Contable	27.137
Muebles y Útiles				689		
Equipos de Computación				1.967		
Inmuebles	Planta Begon			8.500.000	37	229.730
	Local Comercial y Deposito			2.300.000	37	62.162
Total \$				15.880.465		1.076.295

Amortización en USD = 74.227

Tipo de Cambio Comprador	14,8
---------------------------------	-------------

Valor Actual Bienes de Uso USD	1.073.004
---------------------------------------	------------------

c) En esta parte del análisis nos enfocamos en lo expuesto en el capítulo III, respecto del método de valuación de la llave de negocios autogenerada, calculada en base al valor actual de los futuros flujos de fondos. Para tal análisis partimos de los distintos elementos que componen el estado de resultados correspondientes al ejercicio tomado como base para proyectar el valor actual de los futuros flujos de fondos. A continuación detallamos cada componente:

1) Ingresos por ventas:

Mes	Ventas \$	Tipo de Cambio	Importe USD			
			Ventas	Margen Bruto	Costo	Utilidad Bruta
jul-15	2.595.053,16	9,1	285.327,45	34%	188.716,42	96.611,03
ago-15	2.750.332,22	9,2	299.030,41	34%	197.779,60	101.250,81
sep-15	2.668.683,78	9,31	286.570,07	34%	189.538,30	97.031,77
oct-15	2.969.479,52	9,44	314.563,51	34%	208.053,24	106.510,27
nov-15	2.762.122,87	9,58	288.472,36	34%	190.796,48	97.675,88
dic-15	2.804.799,97	11,52	243.419,39	34%	160.998,31	82.421,08
ene-16	3.372.948,77	13,73	245.752,19	34%	162.541,23	83.210,96
feb-16	3.456.496,43	14,88	232.369,51	34%	153.689,88	78.679,62
mar-16	3.850.162,54	15,15	254.136,14	34%	168.086,40	86.049,74
abr-16	3.606.762,28	14,45	249.602,93	34%	165.088,12	84.514,81
may-16	3.983.720,23	14,15	281.535,00	34%	186.208,09	95.326,91
jun-16	2.970.294,80	14,5	204.847,92	34%	135.487,02	69.360,90
Total	37.790.856,56		3.185.626,88		2.106.983,10	1.078.643,78

2) Tipo de cambio:

Mes	Tipo de Cambio BNA				
	Comprador		Vendedor		Promedio
	Inicio	Cierre	Inicio	Cierre	
jul-15	8,995	9,095	9,095	9,195	9,1
ago-15	9,095	9,2	9,195	9,3	9,2
sep-15	9,2	9,325	9,3	9,425	9,31
oct-15	9,325	9,455	9,425	9,555	9,44
nov-15	9,455	9,595	9,555	9,695	9,58
dic-15	9,595	12,9	9,695	13,9	11,52
ene-16	12,9	13,85	13,9	14,25	13,73
feb-16	13,85	15,5	14,25	15,9	14,88
mar-16	15,5	14,4	15,9	14,8	15,15
abr-16	14,4	14,1	14,8	14,5	14,45
may-16	14,1	13,8	14,5	14,2	14,15
jun-16	13,8	14,8	14,2	15,2	14,5

3) Margen bruto:

PRODUCTO	Ventas \$	%	Margen Bruto	Margen Bruto PP
BALANCEADOS	1.553.783,38	4,11%	20%	0,82%
CEREALES	539.311,63	1,43%	26%	0,37%
CONSUMO	193.289,47	0,51%	15%	0,08%
PAPAS FRITAS Y OTROS FACU	29.424.669,56	77,86%	38%	29,69%
FORRAJES	620.948,94	1,64%	20%	0,34%
MASCOTAS	5.416.155,38	14,33%	17%	2,49%
SEMILLAS	42.698,20	0,11%	58%	0,07%
Total	37.790.856,56	100%		34%

4) Ingresos Brutos, TEM y Salud Publica:

Ventas Declaradas	%	Alícuota IIBB	Alícuota TEM
Producción Propia	65%	1,80%	0,88%
Reventa	35%	3,50%	0,55%
Tasa Promedio Ponderada		2,39%	0,77%
Ventas Declaradas USD		1.664.818	1.664.818
Impuesto Determinado		39.740,76	12.750,98

- Salud Pública: se determina mediante la aplicación de la alícuota vigente (2,5%) sobre el total de las remuneraciones sujetas a aportes y contribuciones.

5) Costos variables:

Rubros	Marzo \$	Abril \$	Mayo\$	Junio \$	Anualizado \$
Descarga de Papas	13.069,00	17.346,00	12.724,00	4.600,00	55.200,00
Descarga de Maíz	0	1.321,00	0	0	3.963,00
Flete a clientes	83.742,42	74.105,15	73.268,83	44.423,85	533.086,20
Total	96.811,42	92.772,15	85.992,83	49.023,85	592.249,20

Tipo de cambio promedio anual	12,08
Total Fletes USD	42821,00
Total Descarga MP USD	4897,00

6) Sueldos y Jornales:

MES	Pesos	TC	USD
jul-15	393.669,15	9,1	43.284,13
ago-15	410.120,10	9,2	44.590,39
sep-15	388.471,46	9,31	41.715,06
oct-15	447.881,00	9,44	47.445,02
nov-15	454.651,31	9,58	47.483,17
dic-15	668.476,91	11,52	58.014,92
ene-16	477.509,91	13,73	34.791,25
feb-16	494.449,00	14,88	33.240,27
mar-16	550.704,55	15,15	36.350,14
abr-16	516.710,82	14,45	35.758,53
may-16	563.710,35	14,15	39.838,19
jun-16	803.108,18	14,5	55.386,77
Total	6.169.462,74		517.897,83

7) Cargas Sociales:

Periodo	Cargas sociales					Total Cargas Sociales	Tipo de Cambio	Cargas Sociales USD
	INACAP	Contrib SS	Contrib OS	ART	SCVO			
jul-15	1.387,12	39.852,73	19.033,15	9.938,91	159,9	70.371,81	9,095	7.737,42
ago-15	1.337,58	42.545,78	20.113,65	10.543,26	151,7	74.691,97	9,1975	8.120,90
sep-15	1.139,42	42.866,42	19.460,58	11.512,18	147,6	75.126,20	9,3125	8.067,24
oct-15	990,8	45.132,02	19.492,88	11.207,11	147,6	76.970,41	9,44	8.153,65
nov-15	967,86	50.195,66	21.305,92	13.013,46	151,7	85.634,60	9,575	8.943,56
dic-15	699,01	76.612,25	31.204,92	19.832,72	151,7	128.500,60	11,5225	11.152,15
ene-16	699,01	57.091,67	22.108,40	14.043,51	155,8	94.098,39	13,725	6.855,98
feb-16	752,78	59.287,68	24.067,69	17.417,00	159,9	101.685,05	14,875	6.835,97
mar-16	752,78	60.960,55	23.563,32	12.863,90	176,9	98.317,45	15,15	6.489,60
abr-16	967,8	64.436,96	25.195,77	13.106,94	168,1	103.875,57	14,45	7.188,62
may-16	967,8	65.162,69	25.255,25	13.747,96	266,37	105.400,07	14,15	7.448,77
jun-16	838,76	95.059,37	41.637,94	22.547,24	266,37	160.349,68	14,5	11.058,60
Total	11.500,72	699.203,78	292.439,47	169.774,19	2.103,64	1.175.021,80		98.052,45

Decreto 814: se considera un 7.2% del total de Remuneración 1 de los F 931, debido a que se encuentran incluidos los honorarios del Socio Gerente.

8) Costos Fijos:

Concepto	Importe USD
Publicidad	2.880
Ropa de Trabajo	2.056
Repuestos y Reparaciones	52.305
Combustibles y Lubricantes	13.058
Gastos de Limpieza	11.581
Sistemas	4.580
Luz, Gas, Teléfono	32.272
Gastos de Librería	2.039
Honorarios Profesionales	11.969
Servicio de Consultoría	26.745
Gastos Varios	9.832
Seguros	7.639
Suscripciones	70
Gastos Médicos	4.203

Servicios de Terceros	9.292
Viáticos y Movilidad	8.272
Total	198.794

9) Otros Ingresos/resultados financieros: corresponde a resultado por la venta de bienes de uso y a los intereses devengados por los planes de financiación. Se toma el valor del EERR convertido al tipo de cambio promedio 12,08. Respecto del impuesto a las ganancias se considera una tasa efectiva teniendo en cuenta el resultado global.

10) Información adicional para el cálculo de anualidades:

- Tasa de descuento, se utiliza la tasa interna de retorno promedio en los bonos argentinos a largo plazo en USD 7,5%.
- Tasa G (tasa de crecimiento a perpetuidad), se toma el promedio de la tasa de crecimiento del PBI mundial proyectada para los próximos 5 años de 2,46%.

Cálculo del valor actual de futuros flujos de fondos – Valor llave:

$$\frac{FF\ 1}{(1+7,5\%)^1} + \frac{FF\ 2}{(1+7,5\%)^2} + \frac{FF\ 3}{(1+7,5\%)^3} + \frac{FF\ 4}{(1+7,5\%)^4} + \frac{FF\ 5}{(1+7,5\%)^5} + \frac{FF\ 6\ a\ Infinito}{(1+7,5\%)^6}$$

$$FF\ 6\ a\ Infinito = FF\ 5 / (7.5\% - 2.46\%)$$

$$4.648 + 38.627 + 80.557 + 83.897 + 91.598 + 1.690.630$$

VAFF Be Gon S.R.L = USD 1.989.957

	PBI LATINOAMERICA					
		1,90%	2,70%	2,90%	3,10%	3,00%
Conceptos	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020	2.021
Ventas Totales	3.185.627	3.246.154	3.333.800	3.430.480	3.536.825	3.642.930
Margen Bruto Promedio	34%	34%	34%	34%	34%	34%
Costo Compra o MP	2.106.983	2.147.016	2.204.985	2.268.930	2.339.267	2.409.445
Utilidad Bruta	1.078.644	1.099.138	1.128.815	1.161.550	1.197.558	1.233.485
<u>Costos Variables Impositivos</u>	60.525	61.675	63.340	65.177	67.198	69.214
IIBB	39.741	40.496	41.589	42.795	44.122	45.446
TEM	12.751	12.993	13.344	13.731	14.157	14.581
Salud Pública	8.033	8.186	8.407	8.651	8.919	9.187
<u>Costos Semi Fijos</u>	47.718	48.624	49.937	51.385	52.978	54.567
Fletes y Acarreos Descarga Materia Prima	42.821	43.635	44.813	46.112	47.542	48.968
	4.897	4.990	5.124	5.273	5.436	5.599
<u>Costos Fijos Sueldos y Jornales Cargas Sociales Netas</u>		1,90%	2,70%	2,90%	3,10%	3,00%
	517.898	527.738	541.987	557.704	574.993	592.243
Cargas Sociales Netas	73.544	74.941	76.965	79.196	81.652	84.101
Cargas Sociales	98.052	99.915	102.613	105.589	108.862	112.128
Decreto 814	-24.509	-24.974	-25.649	-26.392	-27.211	-28.027
Resto Costos Fijos	198.794	202.571	204.161	204.559	204.956	204.757
Amortización	74.227	74.227	74.227	74.227	74.227	74.227
Resultados Financieros	38.100	15.190	6.590	1.884	559	0

Otros Ingresos **15.729** **0** **0** **0** **0** **0**

Resultado						
Antes de IIGG	83.567	94.172	111.608	127.417	140.995	154.375
IIGG	-12.382	-13.954	-16.537	-18.880	-20.891	-22.874
Resultado del Período	71.185	80.218	95.071	108.538	120.104	131.501
Cancelaciones Préstamos (Capital)		-75.222	-50.432	-8.462	-8.062	
Flujo de Fondos	71.185	4.997	44.638	100.076	112.042	131.501
SUMA Flujos 2017 a 2021	-	4.997	44.638	100.076	112.042	131.501
V.A de Flujos 2017-2021		4.648	38.627	80.557	83.897	91.598

- **2022 a infinito = 1.690.630 USD**

VALOR ACTUAL DE CAPITAL DE TRABAJO - USD	212.992
VALOR ACTUAL DE BIENES DE USO - USD	1.073.004
VALOR ACTUAL DE FF DE FONDOS - USD	1.989.957
VALOR LLAVE (VAFF – CAP. INVERTIDO) - USD	703.961

Consideraciones para el análisis efectuado:

- Inflación igual a 0
- Crecimiento de las ventas y los costos fijos en función al PBI Latinoamericano
- Para la cancelación de préstamos se consideraron los vigentes en cartera
- Amortización de bienes de uso es reinvertida en nuevas adquisiciones

3.- Conclusión

Creemos que la cuestión a concluir respecto de la llave de negocios positiva adquirida es la amortización de este valor pagado por encima de los bienes de la empresa adquirida. El reconocimiento del valor llave ya sea positiva o negativa quedo claramente expuesta tanto en términos teóricos como prácticos, sin embargo el criterio de amortización/deterioro nos lleva a resaltar la opinión de Bertora, quien fija su posición alegando que la llave adquirida representa las futuras utilidades esperadas, cuyos valores actuales fueron abonados al vendedor. Por lo tanto al hacerse efectivas tales superutilidades debería reducirse una porción del valor de la llave, de manera que la diferencia entre la superutilidad y la amortización signifique un beneficio en concepto de interés ganado por el valor actual pagado a la misma tasa empleada para su descuentos. En este sentido se ve claramente que la amortización de la llave se relaciona con un aspecto financiero que nada tiene que ver con los conceptos de desgaste o consumo.

Teniendo en cuenta que para los casos en los que la vida útil no pueda estimarse de forma fiable se establece un plazo de 10 años contables y 20 años (5%) para la deducción impositiva a partir del 01/01/2015. Este criterio debería aplicarse para aquellos casos en donde la llave de negocios no represente esa plusvalía, en términos sinérgicos, que lleva consigo la empresa adquirida, ya que por lo contrario para aquellos casos que la llave representa este concepto, se tiende a revaluarse el valor de la misma en cada ejercicio.

Con respecto a la contabilización de la llave autogenerada como vimos en el segundo caso expuesto en la práctica, creemos que el análisis para el calcula de la misma conlleva aspectos muy subjetivos que terminan

generando una información no compatible con la realidad, volviéndose costosa la realización del trabajo. Así también la relación costo-beneficio termina siendo negativa, debido a que la información termina no siendo útil para los usuarios y muchas veces dicha información se la da el mercado.

Lo primordial es no perder de vista la mejor utilización de la información contable brindada a los usuarios.

ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO

a) **General** :

LISLE, George, Accounting in theory and practice, Editorial Americana, (Londres, 1906).

SANDERS, T., HATFIELD, H. y MOORE, U., A Statement of Accounting Principles. American Institute of Accountants, (Estados Unidos, 1938).

KESTER, Roy B., Contabilidad Teoría y Práctica, Editorial Labor, (España, 1973).

PATON W.A., Manual del contador, Editorial Hispanoamericana, (México, 1947).

VIVANTE, César, Tratado de derecho mercantil, Editorial Reus, (Madrid, 1932).

CARNELUTTI, Francesco, Teoría General del Derecho, Editorial Olejnik, (Madrid, 1998).

FERNANDEZ, Raymundo, Tratado Teórico Practico de Derecho Comercial, Editorial Abeledo Perrot, (Buenos Aires, 2012).

AREVALO, Juan Alberto, Elementos de contabilidad, Ediciones Macchi, (Buenos Aires, 1982).

b) **Especial** :

BERTORA, Héctor Raúl, Llave de negocios, Editorial Macchi-López (Buenos Aires, 1975).

COLLEY J.R., VOLKAN A.G., Accounting for Goodwill, Ediciones Horizonte, (Londres, 1988).

BIONDI M., Efectos contables de las combinaciones de negocios, Ediciones Macchi (Buenos Aires, 1994).

c) **Otras Publicaciones** :

ROTONDI, Mario, Instituciones de derecho privado, Editorial Labor,
(Madrid, 1953).

Resolución Técnica N° 17, FACPCE, (08/12/2000).

Resolución Técnica N° 18, FACPCE, (08/12/2000).

Resolución Técnica N° 21, FACPCE, (08/12/2000)

ÍNDICE

	<u>Págs.</u>
Introducción.....	1.-

CAPÍTULO I

Generalidades

1.- Generalidades.....	2.-
2.- Terminología.....	4.-
3.- Definiciones.....	5.-

CAPÍTULO II

Naturaleza

1.- Naturaleza.....	9.-
2.- Categorías.....	11.-
3.- Factores que concurren a su formación.....	12.-
4.- Clasificación de los factores.....	13.-

CAPÍTULO III

Reconocimiento y valuación

1.- Valuación.....	25.-
2.- Reconocimiento.....	31.-
3.- Diferencia entre llave autogenerada y comprada.....	34.-
4.- Amortización.....	35.-
5.- Temas contables vinculados con llave.....	37.-
6.- Las normas contables y la llave de negocio.....	38.-

CAPÍTULO IV

Aplicación práctica

1.-	49.-
Consideraciones.....	
2.- Casos de aplicación.....	49.-
3.-	66.-
Conclusión.....	
Índice Bibliográfico.....	68.-
Índice.....	70.-