

**PROPUESTA DE UN MÉTODO PARA LA MEDICIÓN DEL
GOODWILL (PLUSVALÍA) DE LA EMPRESA RED PRESIDENCIAL
DE TRANSPORTE S.A.S**

HUGO ARMANDO ASTUDILLO HERRERA



**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTADURÍA PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI
2017**

**PROPUESTA DE UN MÉTODO PARA LA MEDICIÓN DEL
GOODWILL (PLUSVALÍA) DE LA EMPRESA RED PRESIDENCIAL
DE TRANSPORTE S.A.S**

HUGO ARMANDO ASTUDILLO HERRERA

**TRABAJO DE GRADO
MODALIDAD: PRACTICA EMPRESARIAL CONTABLE**

DIRECTOR: RAMIRO CIFUENTES VELEZ

Contador público, Magister en Contabilidad pública, Especialista en
Gerencia tributaria.



**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTADURÍA PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI
2017**

Nota de aceptación

La Universidad del Valle, en nombre de la Facultad de Ciencias de la administración, decide aprobar el siguiente proyecto de práctica empresarial como requisito para optar al título de Contador público.

Firma Evaluador 1

Firma Evaluador 2

Santiago de Cali, diciembre de 2017.

DEDICATORIA

Principalmente a Dios, quien ha sido mi guía.

A mi padre Argemiro Astudillo Morales, fallecido en este año 2017 (QEPD), y a mi madre Griselda Herrera que me apoyaron incondicionalmente, han estado a mi lado en los malos y buenos momentos, me dieron ánimos para creer en mí y me dieron la posibilidad de estudiar una profesión que me sirviera para el futuro.

A mis hermanos Jaime, Hernán y Dora quienes día a día supieron apoyarme para alcanzar mis metas. A cada una de las personas que fueron muy especiales en mi vida a nivel educativo y lógicamente, quiero mencionar a mi primo Carlos quien fue siempre una inspiración para salir adelante en este propósito.

Con estas palabras, deseo darles las gracias a todos desde mi más profundo sentimiento por todo lo que me ha enseñado a lo largo de los años. Me han enseñado más que solo material de estudio y datos, siempre han sido unas personas importantes de contacto y acompañamiento, no solo en su parte pedagógica sino incluso como seres humanos, siempre estuvieron presentes y siempre tuvieron un oído abierto para todo tipo de preguntas, problemas y dificultades. Por eso, deseo hoy darles las gracias a todos aquellos que me acompañaron en este lindo recorrido "académico".

AGRADECIMIENTOS

A todas las personas que estuvieron conmigo en el desarrollo de mi carrera como profesional en Contaduría pública, a la Universidad del Valle y al grupo de profesores en todos mis años de duro trabajo, los cuales nos brindaron la oportunidad de obtener una profesión y me convirtieron en una persona útil a la sociedad.

También quiero hacer mención a todos los amigos, compañeros y personas que de una u otra forma lograron el objetivo con éxito en una de las etapas de la vida. Agradezco también a mis padres, hermanos y hermana que de una u otra forma también contribuyeron, acompañaron y me apoyaron en las dificultades que fueron pasando en el transcurrir de esta nueva etapa.

Agradecimientos especiales al profesor Ramiro Cifuentes por su disposición en la dirección de este trabajo de grado, por su colaboración y consejos; a Gustavo Alberto Acosta por su acompañamiento durante la redacción de la tesis y por las largas horas de conversación y a Jorge Cruz, quien me informó sobre el proceso de amnistía académica ofrecida por la Universidad del Valle.

Muy agradecido,
Hugo Armando Astudillo Herrera.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1. Descripción del problema.....	3
1.2. Justificación	6
1.2.1. Empresarial.....	6
1.2.2. Universidad	7
1.2.3. Personal.....	8
1.3. Antecedentes.....	9
1.4. Formulación de la pregunta de investigación	13
2. OBJETIVOS	14
2.1. Objetivo general	14
2.2. Objetivos específicos.....	14
3. DISEÑO METODOLÓGICO	15
3.1. Tipo de investigación.....	15
3.2. Método de investigación.....	15
3.3. Fuentes de investigación.....	16
3.4. Técnicas de recolección de la información	16

4. MARCO DE REFERENCIA	17
4.1. Marco teórico	17
4.1.1. Globalización	17
4.1.2. Economía del conocimiento	18
4.1.3. Intangibles	19
4.1.4. Plusvalía (Goodwill)	21
4.2. Marco conceptual	23
4.3. Marco legal	26
4.3.1. NIIF para PYMES	27
4.3.2. NIC 38.....	28
4.4. Marco contextual	29
5. DESARROLLO PRÁCTICA EMPRESARIAL CONTABLE.....	32
5.1. El Goodwill.....	32
5.2. Tratamiento del Goodwill en las NIIF	34
5.3. Métodos de medición del Goodwill	36
5.4. Propuesta del método para la medición del Goodwill en la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S.....	43
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	52
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	54
ANEXOS	60

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.	Compendio de los elementos considerados en los métodos de medición de goodwill.....	41
Tabla 2.	Definición de los elementos que hacen parte de los métodos de medición del Goodwill.....	44
Tabla 3.	Identificación de los elementos de las cuentas contables de la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S con los elementos de los métodos de medición de goodwill.....	48

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1.	Nombre de las cuentas de los balances generales entregados por la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S.	60
Anexo 2.	Nombre de las cuentas de los estados de resultados entregados por la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S.	61

RESUMEN

Se presentó un método para la medición del Goodwill como propuesta para la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S. Para tal fin, se realizó una revisión bibliográfica sobre el Goodwill para determinar los métodos de medición de mayor reconocimiento, los elementos que los conforman y el tratamiento que se le da a este activo intangible según las NIIF. Identificados los elementos en los métodos de medición, se le solicitó a la empresa los estados financieros de los últimos cinco años para identificar las cuentas que coincidían con los elementos descritos en los métodos de medición. El método de medición propuesto fue aquel que agrupó el mayor número de elementos de los estados financieros de la empresa. Como resultado, el método de Hatfield fue el más indicado para la medición de su goodwill.

PALABRAS CLAVES:

Activos intangibles, Valuación de activos intangibles, Goodwill, Plusvalía, Crédito mercantil, Métodos de medición, Empresa de transporte especial.

INTRODUCCIÓN

En este trabajo se presenta un método para la medición del goodwill (conocido también como plusvalía o crédito mercantil) como propuesta para la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S, empresa en la que realicé la práctica empresarial contable. El trabajo se realizó con el ánimo de generar un beneficio mutuo entre las siguientes partes: empresa, universidad y tesista.

Para tal fin, la metodología empleada fue cualitativa de carácter descriptivo. El procedimiento metodológico se desarrolló en dos etapas: una revisión bibliográfica referente al Goodwill, los métodos de medición más reconocidos y los elementos que hacen parte de estos; seguido a ello, una evaluación de las cuentas de los estados financieros de la empresa para identificar los elementos que coinciden con los descritos en los métodos de medición del goodwill. Como resultado se obtuvo un método de medición cuyos elementos coincidieron en su totalidad con los registrados en las cuentas de los estados financieros de la empresa.

La presente tesis está conformada por seis (6) capítulos, los cuales se detallan brevemente a continuación. En el capítulo 1 se describe el problema, la justificación, los antecedentes y se presenta la pregunta de investigación. En el capítulo 2 se presenta el objetivo general y los objetivos específicos. En el capítulo 3 se presentan los aspectos metodológicos que permitirán el cumplimiento de los objetivos específicos propuestos. En el capítulo 4 se exponen brevemente los

temas de Globalización, Economía de conocimiento, Intangibles y Plusvalía; se presenta la definición de los conceptos de mayor relevancia, la normatividad con la cual se le da tratamiento al goodwill y el antecedente de la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S. En capítulo 5 presenta el resultado del presente trabajo: la propuesta del método de medición del goodwill para la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S con base en la revisión bibliográfica del Goodwill, los métodos de medición de mayor reconocimiento y el tratamiento de este activo intangible según las NIIF. Por último, en el capítulo 6 se presentan las conclusiones.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

Vender una empresa constituye una operación de traspaso habitual cuando, en la vida de un empresario, motivaciones personales o de negocios se presentan de forma casi irreversible. Para el presente de un empresario, la venta de su empresa puede ser una estrategia de salida, una forma de evitar un fracaso empresarial o una manera de inversión. No obstante, independientemente de lo que represente la venta de la empresa en su momento, prima la necesidad de maximizar y determinar el precio de venta de forma correcta.

Una forma habitual en cómo se procede a establecer el precio de venta de una empresa es a partir de un *Balance inicial contable* y un *Estado de resultados*. Mediante el balance inicial contable, se determina el valor del patrimonio de la empresa relacionando las cuentas que hacen parte de los activos –tangibles- y los pasivos. Dado que la empresa tiene un tiempo de operación en un sector particular del mercado, la elaboración de un estado de resultados permite conocer el valor de las utilidades obtenidas después de las transacciones realizadas. Las utilidades, que dan un nuevo valor al patrimonio de la empresa, hacen parte del listado de activos que se han considerado en el balance. *Patrimonio* y *Utilidades* se ven reflejados finalmente en la ecuación contable (1):

$$\text{Activos} = \text{Pasivos} + \text{Patrimonio} \quad (1)$$

Sentar el precio de venta de la empresa mediante los elementos del método tradicional –balance inicial contable con su estado de resultados- no permite maximizar su valor debido a que no tiene en consideración otros elementos que han generado beneficios económicos como marca, derechos de autor, posición en el mercado, equipo humano, clientes fidelizados, capital intelectual, etc., los cuales hacen parte de sus activos intangibles. El reconocimiento –ítem formado en conjunto por los activos intangibles anteriormente mencionados- que ha ganado la empresa a través del tiempo es un factor que incide en la valorización (o desvalorización) de su precio de venta. Es decir, el precio de venta de una empresa puede llegar a ser medido en el valor de su patrimonio más el valor de su reconocimiento en el mercado.

El reconocimiento de una empresa en el mercado es un factor preponderante cuando esta se dedica a ofrecer servicios. En una empresa de servicios, los activos tangibles pueden ser de gran reconocimiento como los activos intangibles. Sin embargo, estos últimos, conformados por elementos como la marca, la reputación ganada a través del tiempo, la lista de clientes, la fuerza de operación en el mercado, el flujo de clientes que adquieren o dejan el servicio, la experiencia en el manejo del servicio, entre otros, presentan dificultad en su valoración para el precio de venta de la empresa en función de la perspectiva en que se realice.

Desde una perspectiva subjetiva, el empresario puede fijar el precio de venta considerando elementos como ubicación local, ubicación estratégica en el mercado, equipo humano, capital intelectual, entre

tantos. En cambio, cuando es el entorno (clientes, proveedores, empleados, etc.) quien valoriza (o desvaloriza) a la empresa de forma cualitativa –perspectiva objetiva-, su evaluación se puede centrar en uno o múltiples elementos como lo son la calidad en el servicio, la innovación, la experiencia, el tiempo en la prestación en el servicio, su capital intelectual, etc.

El reconocimiento obtenido por la empresa de servicio debido a la percepción del entorno se interpreta en términos contables como *GOODWILL* (Crédito mercantil), hoy denominado “plusvalía” teniendo en cuenta las normas de información financiera, el cual se constituye en una herramienta complementaria para maximizar el precio de venta de una empresa y para ello existen diversos métodos de medición.

Considerando lo expuesto en los párrafos anteriores, la práctica empresarial contable a realizar tiene como objetivo proponer un método para medir el goodwill (crédito mercantil o plusvalía)¹ de una empresa de servicios de transporte especial de pasajeros; en este caso, la empresa RED PRESIDENCIAL DE TRANSPORTE S.A.S.

Por tanto, la pregunta problema a trabajar durante el ejercicio de la práctica contable será:

¹ El decreto 2650 de 1993 establece una equivalencia en definición entre el crédito mercantil y el goodwill. De igual manera las NIIF (Normas Internacionales de la Información Financiera) establecen una equivalencia en definición entre la plusvalía y el goodwill. Por lo anterior, se utilizará en término **Goodwill** en el desarrollo del presente trabajo.

¿Qué método de medición de goodwill se puede proponer a la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S?

1.2. Justificación

1.2.1. Empresarial

La medición o valoración de una empresa desde sus cuentas contables hace que el precio de venta en el mercado sea muy parecido al valor contable de esta, pero no son iguales. El análisis de la relación entre el precio de venta del mercado y el precio de venta contable puede ser enriquecido si junto a los valores de los activos se le agregan los elementos intangibles a las cuentas contables consideradas, llegando con ello a establecerse un valor más acertado a la empresa examinada.

Un equilibrio entre los precios de venta establecidos por el mercado y por el área contable puede ser posible sí, de manera cuidadosa y razonada, se valorizan los activos intangibles de la empresa considerando como mínimo los siguientes elementos: ubicación estratégica en el mercado, recurso humano, innovación en sus productos o servicios, percepción de los clientes, experiencia, calidad, entre otros elementos que en conjunto, constituyen su goodwill.

Al hacer uso del goodwill se está dando una medición al reconocimiento que ha ganado la empresa en el mercado en el tiempo de operación. Su utilidad puede verse más reflejada en las empresas de servicios, dado

que en estas prima lo intangible en sus ingresos sin notarse lo primero en sus libros contables. Ejemplo de lo anterior son las empresas de servicios que hacen parte del gremio de transporte, sector en el que se enmarcará la práctica empresarial al realizarse en la empresa RED PRESIDENCIAL DE TRANSPORTE S.A.S.

Dada la importancia del goodwill en la valoración de los activos intangibles que contribuyen al reconocimiento de una empresa, le permitirá a RED PRESIDENCIAL DE TRANSPORTE S.A.S mediante la práctica empresarial:

- Hacer una medición de su reconocimiento en el mercado a nivel externo, es decir, de la empresa hacia afuera;
- Despejar dudas a nivel interno referentes a la medición de su capital intelectual, del alcance de su servicio en función a la atención al cliente y de su credibilidad;
- Establecer acciones correctivas en función de los resultados obtenidos;
- Tomar decisiones administrativas y contables.

1.2.2. Universidad

La medición del goodwill (activos intangibles que constituyen el reconocimiento de una empresa) en la práctica empresarial tiene como intención el querer dar relevancia a la temática de activos intangibles, tópico que se desarrolla en la carrera de contaduría pública.

El querer resaltar la importancia de los activos intangibles en la medición de una empresa permite, desde su práctica, aportar metodologías académicas que pueden replicarse y/o ampliarse en la universidad, demostrar en el mercado la competitividad de los programas académicos ofrecidos por la universidad, valorar al estudiante en su mercado laboral, generar un plus en la relación universidad – mercado y lograr, por medio de la generación de conocimiento, que la universidad se destaque en el campo laboral.

1.2.3. Personal

La práctica empresarial contable es un elemento valioso porque induce a hacer investigación aplicada para un estudio de caso. En mi caso, la práctica abre una puerta a la investigación en materia de Goodwill siendo esto una actividad valiosa para conocer más a fondo este tema y sus distintas formas de medición.

Esta actividad me introducirá a un mundo de investigación en donde me ayudará a descubrir las fortalezas académicas que poseo y, lo más importante, me da un primer argumento fuerte en la hoja de vida con la culminación de esta práctica de grado y en la empresa en la que la estoy desarrollando. Con ello, puedo evaluar la posibilidad de un posgrado en relación a todos los intangibles.

1.3. Antecedentes

1. Coelho, L. (2004). *Goodwill* – Alguns aspectos sobre suas características e sua mensuração.

Un problema habitual en la contabilidad tradicional han sido las decisiones arbitrarias de usuarios internos y externos en una organización para registrar los activos intangibles (desempeño intelectual, marcas, tiempo de operación, prestigio e imagen en el mercado) que le dan un valor adicional al valor contable de su empresa. Dado que una causa principal en el problema ha sido la complejidad existente en la valorización y medición de los activos intangibles, Liliana Coelho realizó una monografía referente a los conceptos, métodos de medición, amortización y tratamiento en la IASB² del *goodwill* –activo intangible de significativa importancia en las empresas de Brasil- con el ánimo de establecer unanimidad en el concepto y en la metodología de medición.

La autora presentó en la monografía los resultados de la revisión bibliográfica que realizó sobre conceptos, características y métodos de avalúo y medición en activos tangibles e intangibles. Posteriormente realizó un tratamiento bibliográfico al *goodwill*, activo intangible de mayor relevancia en la monografía, presentando con ello su concepto, tres enfoques para evaluar y medir este activo intangible, el tratamiento contable a nivel nacional y según las IASB, y su amortización. Coelho

² **IASB**, sigla de International Accounting Standards Board (Junta de estándares internacionales de contabilidad).

concluye que la complejidad en la valorización y medición del *goodwill* se debe a divergencias entre autores en el enfoque de estudio y al poco tiempo en el que se viene estudiando.

2. Dias Boff, G. (2010). *Avaliação do Goodwill dos maiores bancos privados brasileiros.*

La adopción de las normas internacionales de contabilidad, las operaciones de adquisición y fusión y los cambios por los que han pasado en los últimos años las empresas en el sector bancario han reevaluado la necesidad de valorizar los activos intangibles para establecer el valor real de las empresas. No obstante, en el ámbito académico y profesional no se ha registrado una formula global para el cálculo de los activos intangibles y en especial, del *goodwill*, activo intangible en el que no existe un consenso en cuanto a su definición y forma de medición. Por tal motivo, Giseli Dias Boff realizó un tratamiento contable del *goodwill* a tres instituciones bancarias del Brasil para demostrar que la adopción de este índice refleja directamente las condiciones financieras de las organizaciones además de ser una herramienta para la planificación y proyección de crecimiento.

Para lograr su objetivo, la autora realizó una revisión bibliográfica referente a la definición, medición, divulgación, contabilización y demostraciones contables del *goodwill*; utilizó definiciones de la Norma Internacional IAS 38 – Intangibles y de la IFRS 3 – Combinación de negocios para el tratamiento contable de activos intangibles y el estudio

del *goodwill*, y presentó el panorama bancario de las tres entidades a analizar. Finalizada la revisión bibliográfica, utilizó el método New York para calcular el *goodwill* de las tres instituciones bancarias y comparó los resultados obtenidos con los publicados por las entidades de estudio en su sitio web para analizar su impacto en las condiciones financieras.

A partir del análisis de los resultados la autora concluyó que no se encontró una relación directamente proporcional entre el *goodwill* y la condición financiera de las entidades bancarias de estudio, pero que su medición, presentación y demostración contable agregaría un valor al análisis realizado por ejecutivos e inversores a razón de que como indicador, tiene la finalidad de demostrar la posibilidad de ganancias a futuro, propósito que no se obtiene con la medición de otros activos intangibles. La autora sugiere no omitir el análisis financiero y económico de una organización para situar el *goodwill* como un indicador empresarial exclusivo debido a que apenas se está alcanzando una unanimidad en su entendimiento mediante las investigaciones académicas que se realizan en Brasil.

3. 2WAY. (2017). Las 30 empresas colombianas con el mejor “goodwill”.

Las percepciones colectivas en una sociedad cambian constantemente ante la acción mediática de la información. Las organizaciones empresariales no son ajenas a ello, en donde su pro actividad, la responsabilidad social y las relaciones con grupos de interés se

modifican en función de la percepción que un colectivo tenga sobre estas. Es por ello que el *goodwill* se ha convertido en un activo fundamental para mitigar los riesgos de crisis y poder fortalecer la capacidad de enfrentarlas con éxito.

Para contrastar la realidad empresarial colombiana con la percepción que existe entre los grupos de interés, la firma consultora 2WAY presentó a la opinión pública las 30 empresas con el mejor índice de *goodwill* en Colombia en el año 2016.

La firma midió el índice de goodwill de más de 200 compañías con presencia en Colombia a partir de un desarrollo metodológico propio que incluye seis grandes dimensiones por las cuales está conformado el goodwill: solidez y trayectoria, oferta de valor, talento y bienestar, responsabilidad social empresarial (RSE) y sostenibilidad, innovación y liderazgo y ética y transparencia.

Cada una de las dimensiones del goodwill fue monitoreada durante 18 meses a partir de información empresarial suministrada por la Superintendencia de Sociedades, la Superfinanciera, la Contaduría General de la Nación, la Bolsa de Valores de Colombia, Dow Jones Sostenibilidad, Dow Jones - Colombia Select, Supersalud, Supervigilancia, Supersubsidio Familiar, Superservicios y Supersolidaria, diarios generales, revistas especializadas, la radio, la televisión, la internet y los medios de comunicación más importantes del país.

Tras depurar la información obtenida en el monitoreo de las dimensiones del goodwill, la mejor compañía posicionada fue el Grupo Nutresa, seguida por Colombina y Alpina, compañías que para el año 2015 ocuparon los puestos 2, 20 y 25 respectivamente. Ante los cambios sorprendentes en el posicionamiento de diversas compañías evaluadas, la firma explicó que la medición del índice de goodwill no solo se basa en aspectos objetivos o técnicos (ingresos, utilidad, capacidad, rentabilidad, etc.), sino que también se seleccionan elementos de percepción y opinión que inciden en el valor reputacional que le dan los clientes a estas (reputación, admiración, reconocimiento, interés en trabajar y hacer parte de la compañía).

1.4. Formulación de la pregunta de investigación

La pregunta problema a trabajar durante el ejercicio de la práctica contable será:

¿Qué método de medición de goodwill se puede proponer a la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S?

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Presentar un método que permita medir el goodwill de la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S.

2.2. Objetivos específicos

Reconocer la importancia del goodwill en las organizaciones.

Describir algunos métodos reconocidos para la medición del goodwill y sus componentes.

Determinar el método a utilizar para la medición del goodwill en la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S.

3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

En el desarrollo de la práctica empresarial se implementó una investigación de carácter DESCRIPTIVO. En el trabajo se describieron los elementos que hacen parte de los métodos de medición más reconocidos del goodwill para establecer, en función de estos, cuál es el método de medición más acertado para la empresa RED PRESIDENCIAL S.A.S.

3.2. Método de investigación

Después de definirse el marco teórico del presente trabajo, se presentó el resultado de la revisión bibliográfica realizada acerca del *Goodwill*, específicamente de los métodos de medición más reconocidos. Identificados los métodos de medición, se describieron los elementos que hacen parte de estos.

Para establecer el método de medición de goodwill más acertado para la empresa RED PRESIDENCIAL DE TRANSPORTE S.A.S, se seleccionaron sus estados financieros para identificar que elementos coinciden con los elementos descritos en los métodos de medición. El método de medición que se propuso fue aquel que agrupó el mayor número de elementos de los estados financieros de la empresa.

3.3. Fuentes de investigación

En este trabajo se utilizaron como fuentes de información e investigación libros, tesis de grado, proyectos de investigación y artículos realizados por autores que desarrollaron el tema de la medición del goodwill. Se consultaron los estados financieros, los decretos y las normas contables que son aplicables para la empresa RED PRESIDENCIAL DE TRANSPORTE S.A.S.

3.4. Técnicas de recolección de la información

La técnica de recolección que se utilizó fue el análisis documental de tesis de grados, proyectos de investigación o artículos enfocados en la medición del goodwill para con ello seleccionar la información más relevante que permitió proponer el método de medición más acertado para la empresa RED PRESIDENCIAL DE TRANSPORTE S.A.S.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1. Marco teórico

4.1.1. Globalización

La actual transformación de la sociedad mundial se ha ido configurando paulatinamente poco más o menos desde la Segunda Guerra Mundial. Tal transformación se consolidó en la década de los noventa, a partir de hechos como la caída del muro de Berlín y la Guerra del Golfo Pérsico, el surgimiento de Internet y la denominada “*new economy*” (Medina & Velasco, 2014, p. 43).

Medina y Velasco (2014) exponen que toda la transición y configuración de la dinámica mundial está marcada por una serie de tendencias a nivel: geopolítico y geoestratégico, político, ideológico, productivo, territorial y empresarial, social, ecológico y cultural (p. 44 – 45).

Estas series de tendencias están determinadas por dos grandes procesos de cambio estructural (Medina & Velasco, *op. cit.*):

- La **globalización**, la cual se refiere a fenómenos como los rápidos flujos financieros y el crecimiento del comercio internacional, la relocalización de las inversiones productivas o la conformación de alianzas estratégicas entre firmas para alcanzar una escala y una posición global; y

- La ***mundialización***, que se relaciona con la emergencia de una nueva visión del mundo, caracterizada por el desarrollo sostenible, la afirmación del poder autónomo de la información, mutaciones lingüísticas y culturales, la doctrina de los derechos humanos, la ética de la convivencia y la interdependencia global, el riesgo construido, Internet y la realidad virtual.

En relación con la economía, la globalización ha generado un cambio fundamental al gestar, como factor principal, un nuevo modelo de desarrollo basado en una *Economía del conocimiento* (Medina & Velasco, 2014, p. 46).

4.1.2. Economía del conocimiento

Medina y Velasco (2014), citando a Daltrmn (2004), definen una economía basada en el conocimiento como aquella economía que estimula a sus organizaciones y personas, a adquirir, crear, diseminar y utilizar el conocimiento de un modo más efectivo, para un mayor desarrollo económico y social (p. 60).

La economía del conocimiento se caracteriza por utilizar el conocimiento y la información como fundamento para las ganancias de productividad y competitividad, es decir, conocimiento e información constituyen pilares de diferenciación empresarial en un mercado cada vez más competitivo y global. Cuando una empresa percibe el conocimiento como un recurso clave para añadir valor a los productos y servicios que

ofrece en el mercado, impulsa en la economía del conocimiento uno de sus grandes componentes: la propiedad intelectual, que comprende las patentes y los derechos de autor, los nombres registrados, las marcas, la publicidad, los servicios financieros, el asesoramiento a las empresas, los mercados financieros, el saber médico y la educación (Medina & Velasco, *op. cit.*; Serradell & Juan, 2003).

Lo anterior ha forjado en la economía del conocimiento grandes tendencias que han cambiado la manera de entender los negocios y las demandas de los clientes. Entre estas tendencias se destacan (Medina & Velasco, 2014, p. 64):

- Fuertes inversiones en intangibles (Investigación y Desarrollo, educación, programas de computación, entrenamiento, comercialización, distribución, organización y redes) en los países de la OCDE, mayores que las inversiones en capital fijo.
- Mayores ganancias en la cadena de valor que se deben ahora a las inversiones en intangibles como Investigación y Desarrollo, proyecto, marcas, comercialización y gerencia de la información.

4.1.3. Intangibles

Los recursos intangibles formados a partir de la creación, obtención, almacenamiento y difusión del conocimiento, son los que explican la

diferencia entre el valor de cotización de una empresa en el mercado y su valor contable (Serradell & Juan, 2003).

Un intangible es un activo que se caracteriza por hacer parte de los recursos obtenidos por un ente económico que, careciendo de naturaleza material, implican un derecho o privilegio oponible a terceros, distinto de los derivados de los otros activos, de cuyo ejercicio o explotación pueden obtenerse beneficios económicos en varios períodos determinables (Decreto 2649, 1993).

Ballesteros & Martin (1984, p. 77) exponen que los activos intangibles se caracterizan:

- Por representar costos en que se incurren o derechos que se adquieren con el fin de que aporten beneficios específicos a las operaciones de la empresa durante períodos que se extienden más allá de aquel en el que fueron incurridos.
- Por tener un significado económico tanto en el presente como en el futuro sin que sea necesario una naturaleza corpórea, una estructura material o una contribución física a la producción u operación de la empresa.

No obstante, una sola de las características mencionadas no establece una diferencia palpable entre activos tangibles e intangibles, razón por la cual Fernández (1944, p. 696) propone dos nuevas características para mejorar la identificación de los activos intangibles:

1. La **Realizabilidad**, la cual permite distinguir las cuentas y otras partidas a cobrar de las partidas del activo intangible. Esta característica se fundamenta en el hecho de que los intangibles permanecen en poder de la empresa mientras tengan valor de servicio, en cambio, las cuentas y otras partidas por cobrar se efectúan en el transcurso de las operaciones.
2. La forma de **Instrumentos**, lo cual los equipara con el activo fijo tangible pero hace imposible su identificación con las cuentas y otras partidas a cobrar.

La clasificación de los activos intangibles comprende patentes, marcas, derechos de autor, franquicias, derechos derivados de bienes entregados en fiducia mercantil, concesiones del estado, formulas científicas, Know how, licencias, plusvalía, entre otras (Decreto 2649, 1993; Ballesteros & Martin, 1984; Fernández, 1944).

4.1.4. Plusvalía (Goodwill)

La Plusvalía (conocida también como *Goodwill* o *Crédito mercantil*) hace referencia al valor actual de las futuras utilidades en exceso de las realizadas por las empresas del sector en promedio. El “*exceso en las utilidades*” se debe a ciertas ventajas comerciales que tiene la empresa sobre sus competidores, las cuales pueden ser intangibles como el buen trato al cliente, la ubicación, las entregas oportunas, el servicio al cliente,

la calidad y garantía en los productos, etc. Sin embargo, la valoración de los anteriores intangibles, que en conjunto forman el goodwill de la empresa, solamente se refleja cuando se compra la empresa por encima del valor comercial de sus activos intangibles. (Sinisterra, Polanco & Henao, 2011, p. 220).

Mendoza & Ortiz (2016), exponen dos situaciones que se pueden presentar en la valoración del goodwill al momento de realizarse una compra o una transacción comercial con la empresa.

La primera situación corresponde a considerar el goodwill de la empresa como un activo intangible comprado. El **goodwill comprado** corresponde al valor pagado por encima del valor de los activos netos del negocio comprado más todos los costos y gastos relacionados con su adquisición (p. 320). La contribución de este activo intangible adquirido a los beneficios económicos que se obtendrán a futuro se determina por medio de la amortización.

La segunda situación corresponde al **goodwill formado** por la empresa. Este activo intangible corresponde a un *activo oculto* que le otorga una ventaja competitiva a la empresa frente a las demás de su sector y con el cual se sustenta la generación de una utilidad mucho mayor a la utilidad promedio del sector (p. 322). En comparación al goodwill comprado, su valoración es muy subjetiva, razón por la que su contabilización se realiza de forma separada.

4.2. Marco conceptual

El marco conceptual de este trabajo estará formado por los siguientes términos:

ACTIVO

Un recurso (IASB, 2016; Decreto 2420, 2015):

- (a) controlado por la entidad como resultado de sucesos pasados; y
- (b) del que la entidad espera obtener, en el futuro, beneficios económicos.

ACTIVO INTANGIBLE

Un activo identificable, de carácter no monetario y sin sustancia física (IASB, 2016; Decreto 2420, 2015).

BALANCE

El balance es una numeración de todas las partidas de activo, pasivo y capital contable de la entidad a una fecha específica, usualmente al final de un mes o un año (Horngren, Harrison & Bamber, 2003, p. 17).

BALANCE INICIAL

Lista del activo, pasivo y capital contable iniciales de una entidad antes de iniciar operación.

CRÉDITO MERCANTIL

Es el exceso del costo de una compañía adquirida sobre la suma de los valores de mercado de su activo neto (activo menos pasivo) (Horngren, Harrison & Bamber, 2003, p. 406).

ESTADO DE RESULTADOS

Es un resumen de los ingresos y gastos de una entidad durante un periodo específico como un mes o un año (Horngren, Harrison & Bamber, 2003, p. 17).

ESTADOS FINANCIEROS

a. Con propósito de información general

Estados financieros que pretenden cubrir las necesidades de usuarios que no están en condiciones de exigir informes a la medida de sus necesidades específicas de información (IASB, 2016).

b. Consolidados

Los estados financieros de un grupo en el que los activos, pasivos, patrimonio, ingresos, gastos, y flujos de efectivo de la controladora y sus subsidiarias se presentan como si se tratase de una sola entidad económica (IASB, 2016).

c. Separados

Son los presentados por una entidad en los que dicha entidad puede optar, sujeta a los requerimientos de esta Norma [NIIF 27], por

contabilizar sus inversiones en subsidiarias, negocios conjuntos y asociadas, bien al costo, de acuerdo con la NIIF 9 *Instrumentos Financieros*, o utilizando el método de la participación de acuerdo con la NIC 28 *Inversiones en Asociadas y Negocios Conjuntos* (IASB, 2016).

MEDICIÓN

Proceso de determinación de los importes monetarios por los que se reconocen y llevan contablemente los elementos de los estados financieros, para su inclusión en el balance [estado de situación financiera] y el estado de resultados [estado del resultado integral] (IASB, 2016).

PASIVO

Obligación presente de la entidad, surgida a raíz de sucesos pasados, al vencimiento de la cual, y para cancelarla, la entidad espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos (IASB, 2016, Decreto 2420, 2015).

PATRIMONIO

Es la parte residual de los activos de la entidad, una vez deducidos todos sus pasivos (IASB, 2012, p. A42). El patrimonio incluye las inversiones hechas por los propietarios de la entidad, más los incrementos de esas inversiones, ganados a través de operaciones rentables y conservados para el uso en las operaciones de la entidad, menos las reducciones de las inversiones de los propietarios como resultado de operaciones no rentables y las distribuciones a los propietarios (Decreto 2420, 2015).

UTILIDAD

La utilidad es el valor residual de los ingresos de una entidad lucrativa, después de haber disminuido sus costos y gastos relativos reconocidos en el estado de resultados, siempre que estos últimos sean menores a dichos ingresos, durante un periodo contable (Guerrero & Galindo, 2014, p. 91).

4.3. Marco legal

Las ***Normas Internacionales de Información Financiera***³ (NIIF) son un conjunto de estándares internacionales para la apropiada valuación, registro y comunicación de las transacciones que realiza cualquier entidad con fines de lucro (Vázquez & Díaz, 2013, p. 26). Su objetivo principal está en que toda empresa privada, sin importar su lugar de origen y operación, elabore información con base en los mismos principios contables que además cumplan con los requisitos de ser uniformes, claros, confiables y comprensibles (Vázquez & Díaz, 2013, p. 18).

A continuación se presentan las NIIF que se utilizarán en el desarrollo del presente proyecto.

³ NIIF es la denominación usada por la traducción oficial al español de las IFRS, acrónimo de *International Financial Reporting Standards* (Mantilla, 2013, p. 31).

4.3.1. NIIF para PYMES

La Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (*NIIF para las PYMES*) se basa en las NIIF completas con modificaciones para ser aplicada a los estados financieros con propósito de información general y otros tipos de información financiera de entidades que en muchos países son conocidas por diferentes nombres como pequeñas y medianas entidades (PYMES), entidades privadas y entidades sin obligación pública de rendir cuentas (IASB, 2015, p. 8).

Es de interés el párrafo 19.15 de la *Sección 19 – Combinaciones de Negocios y Plusvalía* en donde se establecen condiciones para reconocer por separado los activos, pasivos y pasivos contingentes que son adquiridos de una entidad. Al respecto (IASB, 2015, p. 117):

La entidad adquirente deberá reconocer por separado los activos, pasivos y pasivos contingentes identificables de la adquirida, en la fecha de la adquisición, solo si cumplen las siguientes condiciones en dicha fecha:

- (a) en el caso de un activo distinto a un **activo intangible**, que sea probable que los beneficios económicos asociados futuros lleguen a la adquirente, y que se pueda medir fiablemente su valor razonable.
- (b) en el caso de un pasivo distinto a un pasivo contingente, que sea probable que se requiera la salida de recursos para liquidar la

obligación y que su valor razonable se pueda medir de forma fiable;

(c) en el caso de un activo intangible, que sus valores razonables puedan ser medidos de forma fiable sin un esfuerzo o costo desproporcionado; y

(d) en el caso de un pasivo contingente, que su valor razonable pueda ser medido de forma fiable.

4.3.2. NIC 38

La Norma Internacional de Contabilidad 38 *Activos Intangibles* (NIC 38) tiene como objetivo prescribir el tratamiento contable de los activos intangibles que no estén contemplados específicamente en otra Norma si, y sólo si, se cumplen ciertos criterios (IASB, 2016, p. A1413).

Se hará referencia al párrafo 11 de la sección *definiciones* en el cual se presenta la siguiente definición de plusvalía:

La plusvalía reconocida en una combinación de negocios es un activo que representa los beneficios económicos futuros que surgen de otros activos adquiridos en una combinación de negocios que no están identificados individualmente y reconocidos de forma separada. Los beneficios económicos futuros pueden proceder de sinergias entre los activos identificables adquiridos o de activos que, individualmente, no cumplen las condiciones para su reconocimiento en los estados financieros (IASB, 2016a, p. A1416).

4.4. Marco contextual

El inicio de la empresa RED PRESIDENCIAL se da por idea de un integrante de la familia en el año 1996 aproximadamente. Nace como una cooperativa multiactiva familiar⁴ dedicada inicialmente a préstamos para la familia con el ánimo de que todos los integrantes de la familia pudieran ahorrar un dinero y tener con ello una rentabilidad más alta de la que generaban los bancos.

Con el transcurrir del tiempo, el gobierno colocó unas condiciones muy complicadas después de la crisis que surgió alrededor de las cooperativas y por ello no se logró cumplir esas condiciones y se dedicó a ser una cooperativa multiactiva, y a vender productos escolares.

Sin embargo, en el año 2000 logró constituirse como una empresa transportadora escolar dado que algunos de los integrantes de la cooperativa pertenecían y tenían mucho conocimiento en este medio.

⁴ Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para formar una organización democrática cuya administración y gestión debe llevarse a cabo de la forma que acuerden los socios, generalmente en el contexto de la economía de mercado. Su intención es hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes haciendo uso de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada. Una cooperativa **multiactiva** es aquella que maneja varios tipos de cooperativas o que maneja diversas *Unidades Estratégicas de Negocio*, como ahorro, aporte, crédito, comercialización de productos y servicios (Bahamón, 2013).

Así, se constituyó una cooperativa de transportadores familiar, no obstante se presentaron contratos que hizo que la cooperativa necesitara vehículos de afuera (no pertenecientes a la cooperativa por el momento) los cuales poco a poco se fueron afiliando. Los nuevos afiliados que ingresaban iban adquiriendo los mismos derechos que los fundadores de la cooperativa; de tal suerte que se llegó a tener un número aproximado de 300 afiliados, pero dentro de estos afiliados algunos no contribuían como debía de ser, no participaban y no cumplían con los reglamentos establecidos por la cooperativa, siendo esto ya un hecho de ilegalidad con muchos asociados en calidad de afiliados, no deseaban aportar para el sostenimiento de esta cooperativa, tampoco asistían a las reuniones de asamblea de afiliados, y tampoco participaban en las capacitaciones obligatorias de cooperativismo.

Dadas las normas legales vigentes, no se pudo en estos momentos cambiar a otro tipo de sociedad porque estaba congelada la creación de empresas de transporte escolar, así que no tenía manera de conformarse como una empresa de transporte escolar comercial, tipo S.A.S como lo es ahora. Sin embargo, durante aproximadamente 12 años, se logró aumentar el número de afiliados, conseguir más clientes y mejorar la reputación con la prestación de un buen servicio. En el año 2015 el gobierno emitió el Decreto 348, que permitió la creación de nuevas empresas de transporte especial; con base en ello los fundadores de la cooperativa la liquidaron y se constituyeron en el año 2015, como una empresa “RED PRESIDENCIAL DE TRANSPORTE S.A.S”.

Con este antecedente y con todo un recorrido de 17 años de servicio de transporte especial, los socios de la empresa desean establecer cuál podría ser el valor de su prestigio, conocimiento, reputación, el buen nombre o goodwill, por lo tanto el propósito de este trabajo es presentar a la empresa un método de valoración que les permita determinar el goodwill para la empresa RED PRESIDENCIAL DE TRANSPORTE S.A.S.

5. DESARROLLO PRÁCTICA EMPRESARIAL CONTABLE

5.1. El Goodwill

El **Goodwill** hace referencia al buen nombre o prestigio que tiene una persona, empresa, establecimiento, producto o servicio frente a terceros. A nivel contable, el goodwill es un activo intangible que se registra bajo el nombre de **Crédito mercantil**, el cual hace referencia al valor adicional pagado en la compra de un ente económico activo, sobre el valor en los libros (2WAY, 2017).

La definición de crédito mercantil difiere en terminología pero guarda relación en el significado dado por diversos autores. Generalmente se define como el valor capitalizable de las utilidades (o tasa de rendimiento) en un negocio que exceden de un pago (o tasa) normal o básico sobre el activo neto exclusivo. Las utilidades en exceso que obtiene una empresa debido a su buena reputación derivan de una combinación de factores como el cumplir a tiempo con sus obligaciones, una alta calidad en sus productos o servicios, una administración destacable, entregas oportunas, buen trato a los clientes, ubicación geográfica, fidelización de clientes, entre otros. (Hargadon & Múnera, 1984, p. 353; Finney, 1972, p. 260; Díaz, 2006, p. 171; Lerner, Cashin & Feldman, 1977, p. 211). Sin embargo, una empresa puede tener alguna combinación de los factores anteriormente mencionados y no tener crédito mercantil (Finney, *op. cit.*).

El registro del goodwill se realiza en el estado de situación financiera (balance general) solamente cuando la empresa va a ser vendida. Debe tenerse presente que el goodwill no se puede vender, ni adquirir por sí mismo (Lerner *et. al.*, 1997, p. 212). Su valuación puede realizarse de la siguiente manera (Finney, 1972, p. 260 – 261):

1. Fijando una suma arbitraria para hacer un acuerdo informal entre el comprador y el vendedor;
2. Realizando una cuidadosa estimación de utilidades futuras probables;
3. Aplicando uno de los diversos métodos para estimar el crédito mercantil sobre la base de una utilidad futura probable.

En Colombia, antes de la aplicación de las NIF, la contabilización del goodwill hace una distinción entre el goodwill comprado y el goodwill formado. En el caso del goodwill comprado, su reconocimiento contable se realizaba sin inconveniente debido a que existía una erogación real al efectuarse la transacción de compra. Lo anterior no sucedía con el goodwill formado, dado que, aunque no se puede dejar de lado las ventajas competitivas que tiene una empresa frente a las demás, su avalúo seguía siendo muy subjetivo (Díaz, 2006, p. 172). Refiriéndose al avalúo subjetivo del goodwill, Finney (*op. cit.*) resalta que si el éxito del negocio antes de la venta fue producto por la personalidad o habilidad de la antigua administración y si los responsables del éxito no

van a pertenecer a la nueva administración, las utilidades futuras y el goodwill deberán reconocerse de forma muy personal.

Lerner *et. al.* (*op. cit.*) exponen que el proceso de estimación del goodwill comprende cinco pasos:

1. Determinar el valor neto de los activos.
2. Predecir las utilidades medias futuras
3. Elegir una tasa de rendimiento adecuada para capitalizar las utilidades y separar las superiores de las normales.
4. Calcular el exceso de las utilidades.
5. Determinar el valor del goodwill utilizando un método de medición.

5.2. Tratamiento del Goodwill en las NIIF

El Consejo Técnico de la Contaduría Pública (CTCP) en su *Documento de Orientación Técnica 011 – Orientaciones Técnicas sobre la Aplicación de la NIIF para las Pymes: Combinaciones de negocios*, define el goodwill en términos de la plusvalía como “[los] beneficios económicos futuros procedentes de activos que no han podido ser identificados individualmente y reconocidos por separado” (2015, p. 31).

La plusvalía se mide inicialmente al costo, es decir, se mide el exceso en el valor de venta de la empresa sobre el valor razonable neto de los activos, pasivos y pasivos contingentes identificados al momento de la compra (CTCP, *op. cit.*). Sin embargo, el reconocimiento de los activos, pasivos y pasivos contingentes se debe realizar bajo los siguientes criterios (IASB, 2015, p. 117):

- a. En el caso de un activo distinto a un **activo intangible**, que sea probable que los beneficios económicos asociados futuros lleguen a la adquirente, y que se pueda medir fiablemente su valor razonable.
- b. En el caso de un pasivo distinto a un pasivo contingente, que sea probable que se requiera la salida de recursos para liquidar la obligación y que su valor razonable se pueda medir de forma fiable.
- c. En el caso de un activo intangible, que sus valores razonables puedan ser medidos de forma fiable sin un esfuerzo o costo desproporcionado.
- d. En el caso de un pasivo contingente, que su valor razonable pueda ser medido de forma fiable.

Es de especial interés el criterio de reconocimiento descrito en el literal (c) a razón de que el goodwill, en términos de la plusvalía, es un *activo intangible* que genera utilidades en exceso a partir de una combinación

de factores que favorecen la dinámica económica de la empresa. La implementación de una medición formal del goodwill se ajustaría a lo descrito en el criterio y minimizaría la poca confiabilidad que han expresado diversos autores debido a su valuación de carácter subjetivo

Por lo anterior, se presentarán a continuación algunos métodos de medición que pueden ser utilizados para la valoración formal del goodwill.

5.3. Métodos de medición del Goodwill

Coelho (2004), citando a Schmidt y Santos (2002), presenta los siguientes métodos de medición para el registro contable del goodwill adquirido:

1. Método de Lawrence R. Dicksee

Considerado como el primer método propuesto para la medición del goodwill desde un tratamiento contable. Su publicación se realizó en Londres, en el año de 1897 (Coelho, 2004, p. 33; Silva & Lima, 2014, p. 113).

$$G = (LL - RA - i * AT) F$$

En donde:

G = Valor del goodwill.

LL = Ingresos netos.

RA = Remuneración de los administradores.

i = Tasa de interés aplicable a los activos tangibles inmovilizados.

AT = Activos tangibles.

F = Factor multiplicativo para obtener el goodwill.

2. Método New York

El método New York es semejante al método de medición propuesto por Lawrence R. Dicksee excepto por considerar un periodo de tiempo de cinco años para determinar el valor de los ingresos netos de la empresa (Silva & Lima, *op. cit.*).

$$G = (LL - RA - i * AT) F$$

Donde:

LL = Promedio de los ingresos netos de los últimos cinco (5) años.

3. Método de Hatfield

Fue el primer método en considerar la valoración de activos intangibles a través del valor presente de los ingresos netos y de los activos tangibles. Hatfield publicó el método en su obra *Modern Accounting: its principles and a some of its problems* en el año de 1909 (Coelho; Silva & Lima; *op. cit.*).

$$G = \frac{LL - RA}{J} - AT$$

Donde:

G = Valor del goodwill.

LL = Ingresos netos.

RA = Remuneración de los administradores.

AT = Activos tangibles.

J = Tasa de capitalización de las utilidades.

4. Método del valor actual de las súper utilidades

Es uno de los métodos de medición más utilizados para aproximarse al valor económico de los activos intangibles valorados. Percy Dew Leake fue uno de sus principales defensores y en 1914 le dio un tratamiento en su obra *Goodwill: its nature and how to value it* (Coelho, *op cit.*, Silva & Lima, p. 114).

$$G = \sum_{t=1}^K \frac{LLt - RA - i * AT}{(1 + r)^t}$$

Donde:

G = Valor del goodwill.

LLt = Ingresos netos al momento.

RA = Remuneración de los administradores.

i = Tasa de interés aplicable a los activos tangibles inmovilizados.

AT = Activos tangibles.

r = Tasa de descuento asignada a las súper utilidades.

t = Tiempo de duración de las súper utilidades.

k = Tiempo límite de duración de las súper utilidades.

5. Método de Costo de reposición o costo corriente

Es uno de los métodos de medición más utilizados en la valoración de activos intangibles dado que de forma mixta, mide el valor económico del activo junto con sus respectivos componentes por el costo corriente (Silveira, 2008, p, 38; Serra, Serra, Amaral, Resende, Moreira, Roosevelt, 2004, p.9).

$$G = \sum_{t=1}^K \frac{LLt}{(1+j)^t} - PLcc$$

En donde:

G = Valor del goodwill.

LLt = Ingresos netos al momento.

$PLcc$ = Patrimonio neto a costos corrientes.

j = Costo de oportunidad de inversiones de igual riesgo.

t = Tiempo de duración de las utilidades.

6. Método de valor económico

Desarrollado en el año 2001, se considera como un método de medición ideal para la valoración de los activos en general pero es de difícil implementación (Silveira, *op. cit.*).

$$Ai = \frac{Vt}{(1+j)^t} + \sum_{t=1}^n \frac{Rt}{(1+j)^t}$$

En donde:

Ai = Valor económico del activo.

Vt = Valor residual del activo.

j = Costo de oportunidad de inversiones de igual riesgo.

Rt = Resultado económico producido por el activo.

t = Tiempo de duración de las utilidades.

n = Horizonte de tiempo.

La tabla 1 presenta un compendio de los elementos que se tienen en cuenta al momento de medir el goodwill según los métodos descritos.

Tabla 1. Compendio de los elementos considerados en los métodos de medición de goodwill.

ELEMENTO	MÉTODOS DE MEDICIÓN DE GOODWILL					
	Lawrence R. Dicksee	New York	Hatfield	Valor actual de las súper utilidades	Costo de reposición o costo corriente	Valor económico
Ingresos netos.	X		X			
Promedio de los ingresos netos de los últimos cinco (5) años.		X				
Ingresos netos al momento				X	X	
Activos tangibles.	X	X	X	X		
Valor residual del activo.						X
Resultado económico producido por el activo.						X
Patrimonio neto a costos corrientes.					X	
Remuneración de los administradores.	X	X	X	X		
Factor multiplicativo para obtener el goodwill.	X	X				

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Continuación de la Tabla 1.

ELEMENTO	MÉTODOS DE MEDICIÓN DE GOODWILL					
	Lawrence R. Dicksee	New York	Hatfield	Valor actual de las súper utilidades	Costo de reposición o costo corriente	Valor económico
Costo de oportunidad de inversiones de igual riesgo.					X	X
Tasa de interés aplicable a los activos tangibles inmovilizados.	X	X		X		
Tasa de capitalización de las utilidades.			X			
Tasa de descuento, asignada a las súper utilidades.				X		
Tiempo de duración de las utilidades.					X	X
Tiempo de duración de las súper utilidades.				X		
Tiempo límite de duración de las súper utilidades.				X	X	
Horizonte de tiempo.						X

Fuente: Elaboración propia, 2017.

5.4. Propuesta del método para la medición del Goodwill en la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S

La propuesta del método de medición del goodwill a la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S se realizó a partir del estudio de las cuentas contables de los estados financieros (balance general y estados de resultados) solicitados. Los estados financieros comprendieron un período de cinco (5) años. En la evaluación realizada se buscó una igualdad conceptual entre los términos de las cuentas contables de la empresa y los elementos descritos en cada uno de los métodos de medición.

El nombre de las cuentas de los balances generales y de los estados de resultados que conforman los estados financieros solicitados a la empresa se puede consultar en la sección de Anexos. Se omitirá información de los estados financieros para salvaguardar la confidencialidad de la organización. Las definiciones de los elementos considerados en los métodos de medición se presentan en la tabla 2.

Tabla 2. Definición de los elementos que hacen parte de los métodos de medición del Goodwill.

ELEMENTOS CONSIDERADOS EN LOS MÉTODOS DE MEDICIÓN DEL GOODWILL	DEFINICIÓN
Ingresos netos	Los ingresos netos son la cantidad total de beneficios (a menudo denominados ganancias) que obtiene una empresa y que publica en su informe de resultados.
Promedio de los ingresos netos de los últimos cinco (5) años.	Es el valor promedio de los ingresos netos obtenidos en los últimos 5 años.
Ingresos netos al momento	Es el valor de los ingresos netos al momento de realizarse una operación o transacción empresarial.
Activos tangibles	Son bienes materiales que tienen forma física, que se pueden ver y/o tocar.
Valor residual del activo	Es el valor final después de haber hecho las respectivas deducciones de los activos después de sus depreciaciones y amortizaciones.
Resultado económico producido por el activo	Es un valor esperado o que se genera cuando los activos están produciendo rentabilidad.

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Continuación de la Tabla 2.

ELEMENTOS CONSIDERADOS EN LOS MÉTODOS DE MEDICIÓN DEL GOODWILL	DEFINICIÓN
Patrimonio neto a costos corrientes	Se da cuando la parte del patrimonio de una empresa o ente económico (las aportaciones de capital de los socios y las reservas o beneficios generados y no distribuidos por la compañía) se ve afectada por algunos costos o desembolsos en los que se incurrirá en el momento de una reposición (recompra, reproducción, re fabricación).
Factor multiplicativo para obtener el Goodwill	Es el resultado (expresado en porcentaje) de la división entre el valor promedio de las utilidades obtenidas en un periodo de tiempo y el valor de las utilidades proyectadas (Serra <i>et. al.</i> , 2004, p. 7).
Tasa de descuento, asignada a las súper utilidades	La tasa de descuento es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro en las utilidades.
Tiempo de duración de las utilidades	Es el tiempo estimado de una utilidad o de una ganancia después de que han sido considerados y descontados todos los costos de producción de los ingresos netos.

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Continuación de la Tabla 2.

ELEMENTOS CONSIDERADOS EN LOS MÉTODOS DE MEDICIÓN DEL GOODWILL	DEFINICIÓN
Costo de oportunidad de inversiones de igual riesgo	Se define como el costo que exige un inversor por atender una determinada alternativa de inversión. Su valor se expresa en porcentaje y para obtenerlo se tiene en cuenta dos posibilidades: 1. Realizar un testeo (someter algo a una prueba o control) de las rentabilidades que ofrecen las diferentes entidades financieras a través de sus variados productos de captación. 2. Calcular el costo del patrimonio teniendo como indicador la volatilidad en la rentabilidad de una acción frente a la volatilidad en la rentabilidad del mercado.
Horizonte de tiempo	El horizonte de tiempo se refiere al tiempo de predicción en la duración de una utilidad.
Tasa de capitalización de las utilidades	Es el resultado de la división entre las utilidades y la inversión.

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Las definiciones presentadas en la tabla 2 permitieron identificar, mediante una semejanza conceptual, cuáles de los elementos de las cuentas de los estados financieros de la empresa estaban presentes en cada uno de los métodos de medición presentados en la tabla 1. Lo anterior permitió proponer el método de medición del goodwill a la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S a partir del mayor número de elementos en común entre las cuentas del estado financiero y el método de medición. En la tabla 3 se presentan los resultados obtenidos de la identificación realizada.

Tabla 3. Identificación de los elementos de las cuentas contables de la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S con los elementos de los métodos de medición de goodwill. El símbolo (✓) indica que la cuenta contable de la empresa posee el elemento descrito; en caso contrario, se indica con el símbolo (X).

ELEMENTO	MÉTODOS DE MEDICIÓN DE GOODWILL											
	Lawrence R. Dicksee		New York		Hatfield		Valor actual de las súper utilidades		Costo de reposición o costo corriente		Valor económico	
Ingresos netos.	✓	✓			✓	✓						
Promedio de los ingresos netos de los últimos cinco (5) años.			✓	✓								
Ingresos netos al momento							✓	✓	✓	✓		
Activos tangibles.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				
Valor residual del activo.											✓	✓
Resultado económico producido por el activo.											✓	X
Patrimonio neto a costos corrientes.									✓	✓		
Remuneración de los administradores.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				

Fuente: Elaboración propia, 2017.

ELEMENTO	MÉTODOS DE MEDICIÓN DE GOODWILL											
	Lawrence R. Dicksee		New York		Hatfield		Valor actual de las súper utilidades		Costo de reposición o costo corriente		Valor económico	
Factor multiplicativo para obtener el goodwill.	✓	✓	✓	✓								
Costo de oportunidad de inversiones de igual riesgo.									✓	X	✓	X
Tasa de interés aplicable a los activos tangibles inmovilizados.	✓	X	✓	X			✓	X				
Tasa de capitalización de las utilidades.					✓	✓						
Tasa de descuento, asignada a las súper utilidades.							✓	X				
Tiempo de duración de las utilidades.									✓	✓	✓	✓
Tiempo de duración de las súper utilidades.							✓	X				
Tiempo límite de duración de las súper utilidades.							✓	X	✓	X		
Horizonte de tiempo.											✓	X

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Para la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S, el método de medición del goodwill que puede implementar según la información contenida en las cuentas de sus estados financieros, es el método de Hatfield.

El método de Lawrence R. Dicksee o el método de New York podrían implementarse en la medición del goodwill de la empresa siempre y cuando se determine el valor de la *Tasa de interés aplicable a los activos tangibles inmovilizados*. Silveira (2008, p. 35) y Silva & Lima (2014, p. 113) expresan que estos dos métodos de medición tienen como desventaja el no definir un procedimiento para calcular el factor multiplicativo para la obtención del goodwill y la tasa de interés aplicable a los activos tangibles inmovilizados. En el caso del último elemento, Silva & Lima (*op. cit.*) manifiestan que la tasa de interés puede ser establecida por un organismos regulador del sector al que pertenezca la empresa o calcularse mediante la tasa de descuento para los flujos de caja futuros, procedimientos que pueden fluctuar considerablemente en sus valores de resultado.

La implementación del método de costo de reposición o costo corriente puede considerarse a futuro en caso de que se conozca el valor del *Costo de oportunidad de inversiones de igual riesgo*. Por definición del elemento, el método no se puede implementar debido a que requiere de la opinión de un inversor en el sector de transporte especial para conocer el valor (en porcentaje) que exigiría un inversionista para atender a una alternativa de inversión en la empresa.

Por último, el método del valor actual de las utilidades y el método del valor económico no se tuvieron en cuenta para la medición del goodwill de la empresa a razón de que las cuentas contables de los estados financieros no cuentan con la mayoría de los elementos requeridos en estos.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se determinó, a partir de la información de las cuentas de los estados financieros de la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S, que el método de Hatfield es el más indicado para la medición de su goodwill.

Teóricamente, los métodos de Lawrence R. Dicksee y de New York son de fácil aplicación para la medición del goodwill de una organización. Sin embargo, presentan dificultad en la práctica debido a que no hay un procedimiento estándar que permita determinar la tasa de interés aplicable a los tangibles inmovilizados que se poseen.

En el uso de métodos de mayor complejidad para la medición del goodwill se requiere del asesoramiento de personas facultadas para evaluar elementos en los que se miden los riesgos de inversión en determinado sector. Este factor puede incidir en la valuación no formal del goodwill, dado que una empresa puede no tener recursos para acceder a una asesoría y decida dar una valoración considerando componentes subjetivos.

En la búsqueda de información referente a la valoración de la plusvalía en una empresa, se evidenció que difícilmente se puede encontrar información relevante, a excepción de que la búsqueda se realice en torno a las NIIF. Caso contrario sucede cuando el término es el Goodwill.

La determinación de un método de medición del goodwill o plusvalía para la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S se realizó atendiendo al interés de los propietarios y del gerente de la empresa. Son ellos conscientes de que la medición del goodwill solamente se puede realizar en caso de una operación de compra o de venta. Para efectos del presente trabajo, existe un compromiso entre la Universidad, la empresa y mi persona para el desarrollo del tema.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

2WAY. (2017, 24 de septiembre). *Las 30 empresas colombianas con el mejor “goodwill”*. Recuperado de <http://m.portafolio.co/negocios/empresas/las-30-empresas-con-el-mejor-goodwill-cambios-y-sorpresas-510012>

_____. (2017, 25 de septiembre). *2WAY Goodwill Consulting presentó la tercera edición del Índice de Goodwill*. Recuperado de <http://2way.com/indice-goodwill-2way>

Bahamón Navia, H. L. (2013, 19 de septiembre). *Qué es una cooperativa multiactiva*. Recuperado de <http://cooperativamultiactivacesam.weebly.com/blog-cesam/que-es-una-cooperativa-multiactiva>

Ballesteros Inda, N. & Martin Granados, M. A (1984). *Fundamentos de contabilidad*. México, D. F.: Editorial Interamericana

Coelho, L. (2004). *Goodwill – Alguns aspectos sobre suas características e sua mensuração*. (Tesis de pregrado). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil. Recuperado de <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/123949/Contabeis300637.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Consejo Técnico de la Contaduría Pública. (2015). *Documento de Orientación Técnica 011. Orientaciones Técnicas sobre la Aplicación de la NIIF para las Pymes: Combinaciones de negocios*. Recuperado de <http://www.comunidadcontable.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/op%20ctcp%2011.pdf>

Decreto 2420. Diario Oficial No. 49726, 14 de diciembre de 2015. Recuperado de https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Normograma/docs/decreto_2420_2015.htm

Decreto 2649. Diario Oficial 41156, Cartagena de Indias, Colombia, 29 de diciembre de 1993. Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=9863>

Dias Boff, G. (2010). *Avaliação do Goodwill dos maiores bancos privados brasileiros*. (Tesis de pregrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil. Recuperado de <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/29658/000769119.pdf?sequence=1>

Díaz Moreno, H. (2006). *Contabilidad general. Enfoque práctico con aplicaciones informáticas (segunda edición)*. México: Editorial Prentice Hall.

Fernández Cepero, M. (1944). *Contabilidad moderna: Valuación y clasificación de los estados básicos*. La Habana: Editorial González Porlo.

Finney, H. A. (1972). *Contabilidad general*. México: Unión Tipográfica Editorial Hispano – Americana.

Guerrero Reyes, J. C. & Galindo Alvarado, J. F. (2014). *Contabilidad para Administradores*. Recuperado de https://books.google.com.co/books?id=x-DhBAAQBAJ&pg=PA91&dq=utilidad%20ejercicio%20definicion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiGteWw06_XAhVVzmMKHXZPCycQ6AEIPDAE#v=onepage&q=utilidad%20ejercicio%20definicion&f=false

Hargadon, B. J. & Múnera, A. (1984). *Principios de Contabilidad*. Colombia: Editorial Norma.

Horngren, C., Harrison, W. & Bamber, L. (2003). *Contabilidad (quinta edición)*. Recuperado de https://books.google.com.co/books?id=mRx5DafOaE8C&pg=PT48&dq=estado+de+resultados&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi334qC3p3XAhXMwiYKHZtCB_UQ6AEIQDAE#v=onepage&q=estado%20de%20resultados&f=false

IASB. (2016). *Glosario Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)* [PDF]. Recuperado de <http://www.aplicaciones-mcit.gov.co/niif/login.php>

_____. (2016a). *NIC 38 Activos intangibles* [PDF]. Recuperado de <http://www.aplicaciones-mcit.gov.co/niif/login.php>

_____. (2015). *Norma NIIF® para las PYMES* [PDF]. Recuperado de <http://www.aplicaciones-mcit.gov.co/niif/login.php>

_____. (2012). *El marco conceptual para la información financiera* [PDF]. Recuperado de <http://www.aplicaciones-mcit.gov.co/niif/login.php>

Lerner, J. J., Cashin, J. A. & Feldman, S. (1977). *Teoría y Problemas de Contabilidad Intermedia I*. Bogotá, Colombia: Editorial McGraw – Hill Latinoamericana, S.A.

Mantilla B., S. A. (2013). *Estándares/Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS/NIIF) (cuarta edición)*. Recuperado de <https://books.google.com.co/books?id=8YXTAQAAQBAJ&pg=PA290&dq=Definici%C3%B3n+de+las+NIIF&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjI8KLzrrzXAhXFTCYKHVpaBwIQ6AEIKjAB#v=onepage&q=Definici%C3%B3n%20de%20las%20NIIF&f=false>

- Medina Vásquez, J. E. & Velasco Zamora, I. C. (2014). *Desafíos para la transformación productiva y educativa: hacia una sociedad y una economía del conocimiento*. Cali: Universidad Autónoma de Occidente.
- Mendoza Roca, C. & Ortiz Tovar, O. (2016). *Contabilidad financiera para contaduría y administración*. Barranquilla: Editorial Universidad del Norte.
- Serra, C. A., Serra, E. M., Amaral, M. A., Resende, N., Moreira, W. & Roosevelt, W. (2004). Discussão, mensuração e avaliação do Goodwill: da questão teórica à prática empresarial. *Anais do Cladea*, (17), 2 – 21. Recuperado de [http://peritoscontabeis.com.br/trabalhos/goodwill - cladea_e_17cbc.pdf](http://peritoscontabeis.com.br/trabalhos/goodwill-cladea_e_17cbc.pdf)
- Serradell López, E. & Juan Pérez, A. A. (2003). *La gestión del conocimiento en la economía*. Recuperado de <http://www.uoc.edu/dt/20133/20133.pdf>
- Silva, T. B. J. & Lima Filho, R. N. (2014). Mensuração do Goodwill: Um caso de estudo em duas empresas do setor de Tecnologia da Informação. *Revista de Estudos Contábeis Londrina*, 5(9), 106 – 126. Recuperado de <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/rec/article/download/19427/17253>

Silveira, F. N. (2008). *Operacionalização dos métodos de mensuração de ativos intangíveis em uma empresa do setor elétrico*. (Tesis de pregrado). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil. Recuperado de <http://tcc.bu.ufsc.br/TCC%20contabeis/2008/FRANCI%C9LI%20NORMA%20DA%20SILVA%20SILVEIRA.pdf>

Sinisterra, G., Polanco, L. E. & Henao, H. (2011). *Contabilidad: Sistema de información para las organizaciones (Sexta edición)*. Colombia: Editorial McGraw-Hill.

Vázquez Carrillo, N. & Díaz Mondragón, M. (2013). *Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF – IFRS)*. Recuperado de <https://books.google.com.co/books?id=Q1DqJ5k8cDMC&printsec=frontcover&dq=Que+son+las+NIIF&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjP-fOBqbzXAhUC34MKHYL0BuwQ6AEILzAC#v=onepage&q=Que%20son%20las%20NIIF&f=false>

ANEXOS

Anexo 1. Nombre de las cuentas de los balances generales entregados por la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S.

1	ACTIVO
11	DISPONIBLE
	CAJA
	BANCOS
16	CUENTAS POR COBRAR
	ANTICIPO DE CONTRATOS
	CREDITO EMPLEADOS
	DEUDORES PATRONALES
	INGRESOS POR COBRAR
	ANTICIPO IMPUESTOS
	OTRAS CXC
17	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS
	MUEBLE Y EQUIPO OFICINA
	EQUIPO DE COMPUTO
	EQUIPO DE COMUNICACIÓN
	VEHICULOS
	DEPRECIACIÓN ACUMULADA
2	PASIVO
23	CREDITOS BANCOS Y OTRAS
	CREDITOS ORDINARIOS
24	CUENTAS POR PAGAR
	COSTOS Y GASTOS POR PA
	PROVEEDORES
	RETENCION EN LA FUENTE
	RETENCION EN LA FUENTE
	IMPUESTO DE IND. Y COMERCIO
	RETENCIONES Y APORTES
	DIVERSAS
25	IMPUESTOS, GRAVAMENES Y
	IMPUESTO A LAS VENTAS
	INDUSTRIA Y COMERCIO
26	FONDOS SOCIALES, MUTUAL
	FONDOS SOCIALES, EDUCACION
	FONDOS SOCIALES, SOLIDARIDAD
27	OTROS PASIVOS
	INGRESOS RECIBIDOS PAR
	ANTICIPOS Y AVANCES RE
28	PASIVOS ESTIMADOS Y PRO
	IMPUESTOS
3	PATRIMONIO
31	CAPITAL SOCIAL
	APORTES SOCIALES
32	RESERVAS
	RESERVA PROTECCION
35	RESULTADOS DEL EJERCICIO
	EXCEDENTE Y/O PERDIDA

Anexo 2. Nombre de las cuentas de los estados de resultados entregados por la empresa Red Presidencial de Transporte S.A.S.

4	INGRESOS
41	INGRESOS OPERACIONALES
4145	TRANSPORTE ALMACENAMIENTO
414505	SERVICIO DE TRANSPORTE PO
414506	COMISIONES POR TRANSPORTE
414508	PLANILLAS Y CONDUCTES
414540	ING.X SERVICIOS COMPLEMEN
4175	DEVOLUCIONES REBAJAS Y DES
417501	DEVOLUCION CUOTAS PAGADAS
4190	ADMINISTRATIVOS Y SOCIALES
419005	CUOTAS DE ADMISION Y/O AF
419010	CUOTAS DE ADMINISTRACION
419011	CUOTA DE ADMINISTRACION N
42	INGRESOS NO OPERACIONALES
4210	FINANCIEROS
421005	INTERESES VARIOS
4225	COMISIONES
422530	POR INGRESOS PARA TERCEROS
4250	RECUPERACIONES
425010	SEGUROS
425050	REINTEGRO DE OTROS COSTOS
42505061	RECUPERACION POR REEMPLAZ
4295	DIVERSOS
429505	APROVECHAMIENTOS
429506	APROVECHAMINETOS

5	GASTOS
51	GASTOS DE ADMINISTRACION
5105	GASTOS DE PERSONAL
510506	SUELDOS
510507	ASEO OFICINA
510527	AUXILIO DE TRANSPORTE
510528	AYUDA PARA EL TRANSPORTE
510530	CESANTIAS
510533	INTERESES SOBRE CESANTIAS
510536	PRIMA DE SERVICIOS
510539	VACACIONES
510548	BONIFICACIONES
510551	DOTACION Y SUMINISTRO A T
510560	INDENIZACIONES LABORALES
510569	APORTES SALUD
510570	APORTES PENSION
510571	APORTES A.R.P
510572	APORTES CAJA DE COMPENSAC
510575	APORTES I.C.B.F.
510578	SENA
510580	HORAS EXTRAS EMPLEADOS
510595	OTROS

5110	GASTOS GENERALES
511001	HONORARIOS
511002	IMPUESTOS
511004	ARRENDAMIENTOS
511005	SEGUROS
511006	MANTENIMIENTO Y REPARACIO
511010	SOPORTE ACTUALIZ Y MTO. SISTEMA UN
511012	MEJORAS A BIENES AJENOS
511016	REPARACIONES LOCATIVAS
511018	ELEMENTOS DE ASEO Y DE DI
511020	CAFETERIA
511021	CAFETERIA Y OTROS EVENTOS
511022	SERVICIOS PUBLICOS
51102210	SERVICIO ENERG Y ACUED 1E
51102215	INTERNET
51102220	TELEFONOS CELULARES
51102221	TELEFONOS AVANTEL
511024	PORTES, CABLES, FAX Y TEL
511026	TRANSPORTE, FLETES Y ACAR
511028	PAPELERIA Y UTILES DE OFI
511030	FOTOCOPIAS
511034	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA
511036	CONTRIBUCIONES Y AFILIACI
511046	GASTOS LEGALES
511052	GASTOS DE VIAJE
511064	AUXILIOS Y DONACIONES
511095	GASTOS VARIOS
5120	REUNIONES Y CONFERENCIAS
5125	DEPRECIACIONES
512520	MUEBLES Y EQUIPOS DE OFIC
5140	GASTOS FINANCIEROS
514005	GASTOS BANCARIOS
514020	INTERESES
514095	OTROS
52	GASTOS DE VENTAS
5230	SEGUROS
523065	POLIZA MULTIRRIESGO PYME
5235	SERVICIOS
523525	ACUEDUCTO Y ALCANTARILLAD
523526	ALUMBRADO ELECTRICO Y ASE
523530	ENERGIA ELECTRICA
523535	TELEFONO
523540	CORREO, PORTES Y TELEGRAM
523550	TRANSPORTE, FLETES Y ACAR
523551	TRANSPORTE COLEGIOS
523560	PUBLICIDAD, PROPAGANDA YP
523595	OTROS

5240	GASTOS LEGALES
52400501	TRAMITES NOTARIALES
524010	REGISTRO MERCANTIL
524095	OTROS
5245	MANTENIMIENTO Y REPARACION
524535	GASTO VEHICULOS PROPIOS
5295	DIVERSOS
529510	LIBROS SUCRIPCIONES PERIO
529525	ELEMENTOS DE ASEO Y CAFET
529530	UTILES, PAPELERIA, Y FOTOC
529531	PAPELERIA FOTOCOPIAS Y UT
529535	COMBUSTIBLES Y LUBRICANTE
529540	FERRETERIA PINTURAS Y OTR
529545	TAXIS Y BUSES
529560	CASINO Y RESTAURANTE
529562	GASTOS REUNIONES Y CONFER
529565	PARQUEADEROS
529567	PEAJES
529580	DESCUENTOS COMERCIALES
529595	OTROS
52959501	CORREO TRANSPORTE Y MENSA
52959530	ALQUILER SALON SILLAS OTR
52959546	DISPOSITIVO CONTROL DE VE
52959555	ATENCIONES Y REGALOS ARRE
52959557	ATENCIONES Y REGALOS OTRO
52959560	BONIFICACION CORDINADORES
52959562	BONIFICACION TRANSPORTE C
52959565	TRANSPORTES POR CONVENIOS
52959575	MENSUALIDADES DE TRANSP.
52959585	VIATICOS
52959586	IVA DE ARRENDAMIENTOS
52959590	ARREGLOS LOCATIVOS
52959595	VIGILANCIA
53	GASTOS NO OPERACIONALES
5305	GASTOS FINANCIEROS
530505	GASTOS BANCARIOS
530520	INTERESES
530535	DESCUENTOS COMERCIALES CO
530550	CONTRIBUCION 4 X 1000
5395	GASTOS DIVERSOS
539530	DONACIONES
539535	CONSTITUCION DE GARANTIAS
539550	REUNIONES Y CONFERENCIAS
539595	OTROS
utilidad	del ejercicio antes de impuestos