

**UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES**

**UNIDAD DE POSGRADO**

**Vigencia del método contable para valorizar el  
patrimonio de las empresas - Sector textil Gamarra,  
Lima – Perú 2011-2014**

**TESIS**

Para obtener el grado académico de magíster en Contabilidad con  
mención en Banca y Finanzas

**AUTOR**

Angel Roberto Salazar Frisancho

**Lima – Perú**

**2016**



## **DEDICATORIA**

**A mi madre, Carmela †**

**A mi compañera de toda la vida, Doris**

**A mi hermana, Irene**

## **AGRADECIMIENTO**

**A Dios, por las oportunidades que me da en la vida.**

**A la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, por la formación académica y con sentido social que me dio para desarrollarme profesionalmente.**

**A los profesionales contadores públicos y docentes quienes influyeron en mi formación profesional, académica y de investigación: Edgar Gonzáles Vera, Carlos Orna Orbezo †, Mario Vergara Barreto y a los colegas de la facultad de ciencias contables de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos que siempre estuvieron pendientes del resultado de la investigación y de su grado de avance.**

## INDICE GENERAL

|  | <b>Pág.</b>  |
|--|--------------|
| Dedicatoria.....   | 3            |
| Agradecimiento .....   | 4            |
| Índice general .....   | 5-7          |
| Índice de cuadros, figuras y gráficos.....   | 8-9          |
| Resumen .....  | 10           |
| Resumo .....   | 11           |
| Presentación.....  | 12-15        |
| <br><b>CAPÍTULO I:</b>   |              |
| <b>INTRODUCCIÓN .....</b>  | <b>16-37</b> |
| <br>   |              |
| <b>1.1. Situación Problemática.....</b>  | <b>17-34</b> |
| <b>1.1.1. El Problema del Método para la Valorización del Patrimonio<br/>          de una Empresa .....</b>                                  | <b>17-18</b> |
| <b>1.1.2. El Problema Particular del Método Contable para la<br/>          Valorización del Patrimonio de una empresa (Parte 1).....</b>     | <b>18-24</b> |
| <b>1.1.3. La Problemática Particular del Método Contable para la<br/>          Valorización del Patrimonio de una empresa (Parte 2).....</b> | <b>24-29</b> |
| <b>1.1.4. El Objeto de la Investigación: El Sector Textil<br/>          de Gamarra.....</b>  | <b>29-34</b> |
| <b>1.2. Formulación del Problema – Interrogantes.....</b>  | <b>34-35</b> |
| <b>1.2.1. Problema General.....</b>  | <b>34</b>    |
| <b>1.2.2. Problemas Específicos .....</b>  | <b>34</b>    |
| <b>1.3. Justificación Teórica .....</b>  | <b>35</b>    |
| <b>1.4. Justificación Práctica .....</b>   | <b>35</b>    |
| <b>1.5. Objetivos de la investigación .....</b>  | <b>36</b>    |
| <b>1.5.1. Objetivo General.....</b>  | <b>36</b>    |
| <b>1.5.2. Objetivos Específicos.....</b>   | <b>36</b>    |

## **CAPITULO II:**

### **MARCO TEÓRICO ..... 37-59**

|   |       |
|---|-------|
| 2.1. Marco Epistemológico de la Investigación.....  | 38-43 |
| 2.1.1. Marco Epistemológico de la Contabilidad: ubicación de la<br>ciencia contable ..... | 38-43 |
| 2.2. Antecedentes de la Investigación .....   | 44    |
| 2.3. Bases Teóricas.....  | 44-57 |
| 2.3.1. Exposición del Método Contable .....   | 48-55 |
| 2.3.2. Otros Métodos para Valuar una Empresa en Marcha.....                               | 56-57 |
| 2.4. Marco Legal.....   | 57    |
| 2.4.1. Marco Legal en relación al Sector Textil de Gamarra .....                          | 57    |
| 2.4.2. Marco Legal en relación a la Profesión Contable .....                              | 58    |
| 2.5. Marco Tributario .....   | 58    |
| 2.5.1. Ley del impuesto a la renta.....   | 58    |
| 2.5.2. El impuesto temporal a los activos netos – ITAN.....                               | 59    |

## **CAPITULO III:**

### **METODOLOGÍA..... 60-75**

|  |       |
|--|-------|
| 3.1. Enfoque Metodológico.....           | 61-62 |
| 3.1.1. Diseño de la Investigación .....  | 61-62 |
| 3.2. El método de la Investigación.....  | 62-65 |
| 3.3. Hipótesis de la Investigación ..... | 65-68 |
| 3.4. Matriz de Consistencia .....        | 69    |
| 3.5. Instrumento de Investigación.....   | 70-75 |

## **CAPITULO IV:**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....76-117**

|  |        |
|--|--------|
| 4.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados .....      | 77-97  |
| 4.1.1. Análisis de los Resultados en Función de los Objetivos .... | 77-90  |
| 4.1.2. Interpretación de los Resultados .....                      | 90-97  |
| 4.2. Pruebas de Hipótesis .....                                    | 97-111 |

|               |   |                |
|---------------|---|----------------|
| <b>4.3.</b>   | <b>Presentación de Resultados.....</b>                          | <b>111-117</b> |
| <b>4.3.1.</b> | <b>Resultados en Relación al Objetivo General .....</b>         | <b>111-114</b> |
| <b>4.3.2.</b> | <b>Resultados en Relación a los Objetivos Específicos .....</b> | <b>114-117</b> |
| <br>          |   |                |
|               | <b>CONCLUSIONES .....</b>                                       | <b>118-119</b> |
|               | <b>RECOMENDACIONES.....</b>                                     | <b>120</b>     |
|               | <b>GLOSARIO DE TÉRMINOS .....</b>                               | <b>121-124</b> |
|               | <b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>                         | <b>125-126</b> |
|               | <b>ANEXOS.....</b>  | <b>127-150</b> |

## INDICE DE CUADROS, FIGURAS Y GRAFICOS

### CUADROS

|           |  |     |
|-----------|--|-----|
| Cuadro 1: | Número +6 de puestos muestreados por galería: 5.....   | 65  |
| Cuadro 2: | Ventajas – Alcances del Método Contable para la valorización del patrimonio de las empresas .....        | 112 |
| Cuadro 3: | Desventajas – Limitaciones del Método Contable para la valorización del patrimonio de las empresas ..... | 113 |

### FIGURAS

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Figura 1:  | Mapa del Emporio Comercial de Gamarra. Prompyme .....  | 30 |
| Figura 2:  | La Cuadrícula Básica – Ciencia Aplicada – Ciencia Técnica – Económica y sus eminencias grises, la Filosofía y la Ideología. Centro de Investigaciones del Colegio de Contadores Públicos de Lima ..... | 40 |
| Figura 3:  | Ubicación del Método Contable para valorizar el patrimonio de las empresas elaborado en la cuadrícula de Bunge. Elaborado por el autor sobre la base de la Figura 2.....                               | 41 |
| Figura 4:  | Ubicación del Método Contable para valorizar el patrimonio de las empresas tomando en cuenta la visión de S.F. Kuhn. Elaborado por el autor .....  | 43 |
| Figura 5:  | Proceso de aplicación del Método Contable. Elaborado por el autor.....   | 49 |
| Figura 6:  | Ecuación contable que determina el patrimonio de una empresa. Elaborado por el autor .....   | 55 |
| Figura 7:  | Operacionalización de las variables .....  | 68 |
| Figura 8:  | Correlación de objetivos específicos e hipótesis .....   | 71 |
| Figura 9:  | Correlación de variables, objetivos y encuesta.....  | 74 |
| Figura 10: | Contrastación de la hipótesis.....   | 74 |

### GRAFICOS

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Gráfico 1: | Grado de utilización del Método Contable ..... | 83 |
| Gráfico 2: | Grado de conocimiento de otros métodos .....   | 85 |



|             |   |     |
|-------------|---|-----|
| Gráfico 3:  | Grado de utilización de métodos aplicados por administradores, economistas y otros.....   | 85  |
| Gráfico 4:  | Intangibles que incrementan el precio de una empresa .....  | 87  |
| Gráfico 5:  | Predisposición de propietarios de Pymes de Gamarra de aceptar al Contador para que valore su empresa .....                            | 89  |
| Gráfico 6:  | Conocimiento práctico del empresario sobre el valor de su empresa.....  | 91  |
| Gráfico 7:  | Porcentaje de utilización del Método Contable por el Sector Textil Pyme de Gamarra.....   | 100 |
| Gráfico 8:  | Porcentaje de demanda del Profesional Contable para la valorización del patrimonio en las empresas del Sector Textil de Gamarra ..... | 101 |
| Gráfico 9:  | Variables condicionantes o intervinientes .....   | 103 |
| Gráfico 10: | Calidad del producto .....  | 104 |
| Gráfico 11: | Marca.....  | 105 |
| Gráfico 12: | Clientes.....   | 106 |
| Gráfico 13: | Prestigio.....  | 107 |
| Gráfico 14: | Posicionamiento .....   | 108 |
| Gráfico 15: | Normas tributarias .....  | 109 |
| Gráfico 16: | Presentación gráfica de resultados.....   | 116 |
| Gráfico 17: | Comprobación de la hipótesis formulada.....   | 117 |

## RESUMEN

La presente investigación “Vigencia del Método Contable para Valorizar el Patrimonio de las Empresas – Sector Textil Gamarra, Lima – Perú 2011–2014” expone y sistematiza los fundamentos del Método Contable para la valorización de las empresas, de un modo analítico como sintético, en sus secuencias.

Se expone la forma de utilizar el Método Contable para valorizar el patrimonio de las empresas, por parte del profesional contable, teniendo presente los ajustes al valor del patrimonio al aplicar las Normas Internacionales de Contabilidad referidas a las Pymes y a los intangibles.

Se demuestra la vigencia y utilización del Método Contable al permitir la valorización del patrimonio de las empresas del Sector Textil de Gamarra, tomando en cuenta los incrementos o disminuciones del valor del patrimonio como consecuencia del efecto de las variaciones del valor de los intangibles y de los dispositivos legales y tributarios.

El Método Contable para la valorización del patrimonio de una empresa (en nuestro caso, de las Pymes del Sector Textil de Gamarra) tiene la característica de movilizar el conjunto de conocimiento de la disciplina contable, el método pone en acción los principios, normas, procedimientos, técnicas de la Contabilidad con el fin de valorizar el patrimonio de una empresa. El conjunto de conocimientos señalados es el que se imparte en la formación profesional del Contador, lo que predispone y prepara al profesional para la utilización de los conocimientos adquiridos como método de valorización del patrimonio de las empresas.

Finalmente, la investigación llega a la conclusión de que existe una vigencia y reconocimiento del Método Contable en general para la valorización del patrimonio de las empresas, por los otros métodos como un valor referencial. Lo indicado se constata al ver la predisposición de los empresarios del Sector Textil de Gamarra para recurrir al profesional contable para la utilización del Método Contable para la valorización de sus empresas, como posibilidad real o tendencia frente a otros profesionales y métodos.

Palabras clave:

Método Contable, patrimonio, Pymes, activo intangible, valorización del patrimonio.

## RESUMO

Esta pesquisa "Eficácia do método contábil de valorizar o patrimônio das Empresas - Têxtil Sector Gamarra, Lima - Peru - 2011 - 2014", expõe e sistematiza os princípios do método de contabilidade para empresas de valorizar, de forma analítica e sintética nas suas sequências.

É exposta como usar o método contábil de valorizar os ativos das empresas, pelo profissional de contabilidade, tendo em conta os ajustamentos ao valor da equidade em a aplicação das Normas Internacionais de Contabilidade relacionadas com as Pymes e intangível expostas.

Avalidade e utilização do método de contabilidade é demonstrado ao permitir a valorização do patrimônio das empresas têxteis Gamarra, tendo em conta os aumentos ou diminuições no valor de ativos devido ao efeito das mudanças no valor dos intangíveis e dispositivos legais e fiscais.

O método de contabilização de avaliação dos ativos de uma empresa (no nosso caso, das Pymes do sector Gamarra Têxtil) tem a característica de mobilizar todo o conhecimento da disciplina de contabilidade, o método coloca os princípios, normas, procedimentos, técnicas da contabilidade a fim de avaliar os ativos de uma empresa. O conjunto de conhecimentos identificados é ensinado na formação do balcão, o que predispõe e prepara o profissional para o uso dos conhecimentos adquiridos como um método de avaliação dos ativos das empresas.

Finalmente, a pesquisa conclui que há um reconhecimento do método de validade e de contabilidade geral para valorizar os ativos das empresas, por outros métodos como um valor de referência. O Indicado pode ser visto observando a disposição dos empresários têxteis do Sector Gamarra em recorrer ao profissional em contabilidade para o uso do método contabilístico para valorização dos seus negócios, como possibilidade real ou tendência contra outros profissionais e métodos.

### **Palavras importantes:**

Método de contabilização, patrimônio, PYME, ativo intangível, valiação do ativo.

## PRESENTACIÓN

La presente Tesis “Vigencia del Método Contable para Valorizar el Patrimonio de las Empresas – Sector Textil Gamarra, Lima – Perú 2011-2014”, se ha llevado a efecto teniendo presente las siguientes motivaciones: La primera, de carácter metodológico, es la ausencia de una exposición directa, sistemática, de las secuencias, pasos, o etapas sobre el **Método Contable para la valoración del Patrimonio de las Empresas**, lo que se constata con la revisión de la literatura del tema, esta ausencia, es una limitación importante, por involucrar el método a toda la ciencia contable en su realización, para efectuar la valoración del patrimonio de una empresa, el profesional Contable tiene que emplear todos sus conocimientos adquiridos en su formación, siendo el resultado de la valoración por este método base para determinar el valor referencial de una empresa, previo a una transacción comercial. La presente Tesis, en el capítulo relativo al Marco Teórico, supera este vacío al exponer directamente el Método Contable para valorizar el patrimonio de una empresa, determinando su proceso, las etapas o secuencias que comprende para la concreción de su fin.

La segunda motivación, que impulso la realización de presente Tesis, esta referida al problema de la valoración del patrimonio de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), por ser el sector predominante, el más numeroso, de la economía peruana. La posibilidad de aplicar el Método Contable para valorizar el patrimonio de las PYMES, teniendo presente su

problemática particular, y, conocer si el empresario PYME, para la valorización del patrimonio de su empresa, solicitaría al profesional contable, ha sido comprobada. Esto a nivel teórico como con la aplicación del instrumento de recolección de datos para contrastar la Hipótesis de investigación, como se expone en el Capítulo referente a los Resultados del Investigación. La Ciencia contable, en los últimos años, empieza a diferenciar a las PYMES de la gran empresa, planteando una normatividad contable aplicable a sus necesidades.

En relación al objeto de la investigación, el Sector Textil de Gamarra, desde sus orígenes, humildes e informales, hasta nuestros días, las valorizaciones del patrimonio de sus empresas, en el curso de su desarrollo y crecimiento de estas empresas, han sufrido cambio radicales, los movimientos económicos, como se expone en el primer capítulo de la Tesis, son significativos. La explicación de estos cambios en la valorización, nos lleva a considerar la vigencia del Método Contable, capaz de tener en cuenta en sus normas, en forma muy especial a la valorización de los intangibles que se han producido en el llamado emporio de Gamarra, como son marca, prestigio, calidad, posicionamiento, que incrementan significativamente el valor de los patrimonios de las empresas.

Además de la valorización del patrimonio de las empresas en general por el Método Contable, se han desarrollado un conjunto de métodos y técnicas, especialmente por la ciencia económica, y en los últimos años por al marketing. Un aspecto común a todos los métodos y técnicas de la valorización de las empresas, es el requerimiento, como referencia, del Método del Contable, es decir, del método inherente a la contabilidad. Si se recurre al Método Contable antes de la utilización de otros métodos, como base, para una revalorización o reconsideración del valor del patrimonio de una empresa, se está reconociendo su importancia, utilidad y vigencia del Método Contable. La presente Tesis se centra exclusivamente en el Método Contable, por ser inherente a la disciplina contable, la exposición de los otros métodos no corresponde a los objetivos de la presente investigación.

Sin embargo en el nivel práctico, fáctico, de la investigación realizada, con el instrumento de la encuesta aplicado a los empresarios de Gamarra se ha tenido en cuenta su elección de los profesionales contadores, economistas, administradores o de marketing, para llevar a efecto de la valorización de sus empresas. Frente a los profesionales correspondientes a las ciencias desarrolladas por la economía, la administración y el marketing, del lugar que ocupa la Ciencia Contable es el primero en la demanda que tiene el profesional contable para valorizar, con su Método, las empresas del Sector Textil de Gamarra.

Para conocer el grado de utilización del método de la contabilidad, se ha llevado a efecto la investigación con un enfoque predominantemente Deductivo – Cuantitativo. Bajo este enfoque se elaboro el marco teórico, se formulo las hipótesis, se determinó sus variables, se construyó un instrumento para recoger los datos y se aplico a la muestra de la población del Sector Textil de Gamarra.

Los resultados obtenidos en la investigación desarrollada no dan lugar a dudas, el profesional contable, en el Sector Textil de Gamarra, es preferido frente a los otros profesionales, como se exponen en los cuadros estadísticos el capítulo correspondiente a los Resultados. Así, los profesionales de la contabilidad, tienen el desafío de perfeccionar, sistematizar, optimizar el Método Contable para valorizar el patrimonio de las empresas, y brindar el servicio de calidad a sus clientes. Los resultados favorables a la profesión contable para la valorización del patrimonio de las empresas, en el Sector de Gamarra, da una base práctica, objetiva para desarrollar el nivel tecnológico. La tesis comprueba la demanda de la contabilidad, de su método para valorizar las empresas y este hecho coincide con la tendencia de la ciencia contable de adaptarse a los cambios profundos que vive la sociedad.

Las posibilidades de la Ciencia Contable frente a las nuevas exigencias de la sociedad, en nuestro caso de las PYMES, son reales y factibles como lo demuestra su desarrollo. Por lo expuesto, la tesis “Vigencia del Método

Contable para Valorizar el Patrimonio de las Empresas – Sector Textil Gamarra, Lima – Perú 2011-2014” aborda un aspecto práctico: La relación de la contabilidad, por medio del profesional contable, con las empresas, en nuestro caso, con las PYMES del Sector Textil de Gamarra, con la finalidad de valorizar el patrimonio de estas empresas. En relación a las PYMES, ante esta necesidad, como la tesis lo comprueba, la preferencia esta dirigida principalmente al profesional contable para este servicio. De este modo, es responsabilidad del profesional contable, basándose en su ciencia y tecnología, dar respuesta a la preocupación de los propietarios de las empresas: Si el valor de sus activos invertidos, por ende de su patrimonio, esta correctamente valuado. De la eficiencia y eficacia en esta labor va depender el futuro de la Ciencia Contable y del profesional contable.

La presente investigación da una base de conocimiento objetivo, comprobable, de la vigencia del servicio del profesional contable. Sobre esta demanda se tiene que sistematizar, ordenar y perfeccionar el Método de Valor Contable.

## **INTRODUCCIÓN**



# **I. INTRODUCCIÓN**

## **1.1. Situación Problemática**

### **1.1.1. El Problema del Método para la Valorización del Patrimonio de una empresa**

El problema de la valorización del patrimonio de las empresas en general se plantea y manifiesta en el objetivo del conocimiento del valor (precio) del patrimonio de una empresa. Este objetivo se expresa, también de un modo general, en la interrogante: ¿Cuál es el valor de una empresa? o ¿Cuánto cuesta una empresa?

En el nivel de la teoría, de la ciencia, el problema en general, se plantea a partir del objetivo de conocer el método y las técnicas que conducen a una correcta valorización del patrimonio de una empresa. De este modo, el objetivo se plantea con la interrogante: ¿Cuál es la teoría y el método adecuado para la valorización correcta del patrimonio de una empresa? o ¿Qué metodología científica es la adecuada para la valorización del patrimonio de una empresa?

Así planteado el problema, nos remite al ámbito de las ciencias, de sus técnicas, lo que se plantea con el objetivo de conocer la ciencia, o las ciencias, que nos proporcionan el método y las técnicas para medir el valor del patrimonio de una empresa. Este objetivo se plantea en la interrogante: ¿Qué ciencia o ciencias, nos permiten conocer el valor del patrimonio de una empresa?

La respuesta, en forma general nos conduce a la ciencia económica, a la disciplina contable, a la ciencia de la administración, o del marketing.

La presente Tesis, de modo general, nos lleva a plantear el problema en el campo de la disciplina contable, en su método para la valorización de las empresas, como una metodología para arribar a este objetivo. Así, planteado el problema en general, se expresa en la pregunta ¿La ciencia Contable tiene el método y las técnicas adecuadas para determinar el valor de una empresa?

Llegado a este punto, el planteamiento del problema nos ha conducido a determinar la situación del problema teórico – instrumental, de la disciplina contable, el alcance, (en términos de eficacia), de su método para determinar el valor del patrimonio de una empresa. Esta parte del problema se ha desarrollado en el capítulo correspondiente al Marco Teórico.

Es importante señalar, como lo demuestra la investigación efectuada en la revisión literaria del tema, que los métodos de las otras ciencias, para determinar el valor, de una empresa, siempre recurren como un referente a los resultados del Método Contable, o a la determinación del valor en Libros que es inherente a la ciencia contable. De ahí, la importancia de plantear el problema en relación a la ciencia contable, especialmente, de la vigencia del Método Contable para la valorizar el patrimonio de las empresas.

### **1.1.2. El problema particular del Método Contable para la Valorización del Patrimonio de una Empresa (parte 1)**

Nuestra sociedad, el Perú, en las últimas décadas, en un escenario de cambios tecnológicos y organizacionales, ha desarrollado procesos económicos siguiendo tendencias a nivel mundial, primero la estatización, nacionalización, mediante la compra de las empresas en los diversos sectores, luego, siguiendo la corriente liberal, la privatización o venta de las empresas adquiridas, suscitando dudas sobre las valorizaciones del patrimonio de estas entidades. Estos fenómenos y otros como son los relativos a las MYPES, PYMES, o a la valorización de los intangibles, en el patrimonio de las empresas,

plantean el problema particular sobre la vigencia del Método Contable, de la Ciencia Contable, en la valuación de las empresas.

Los entes económicos sufren variaciones en su estructura financiera, no están estáticos o inmóviles, estas variaciones afectan o alteran los valores de sus patrimonios en el tiempo, en términos de aumento o disminución, de ahí, la necesidad, para la ciencia contable, para el profesional contable evalúe, si el Método Contable, tiene la capacidad para traducir y consignar las variaciones en las valorizaciones del patrimonio de las empresas.

Si bien existen otros métodos para la valuación de las empresas, la presente investigación plantea el problema particular del Método Contable, por ser propio o inherente a la Ciencia Contable, y por involucrar en su uso a todo el conocimiento de la disciplina contable, siendo necesario determinar sus límites y alcances en el mundo moderno, especialmente las posibilidades para solucionar los nuevos desafíos planteados por los intangibles, en la evolución de las entidades económicas.

El problema se sitúa en la vigencia del Método Contable para valorizar las empresas en el Sector Textil de Gamarra, Lima-Perú, determinando, al llamado Emporio de Gamarra, como su universo o población, por constituir uno de los fenómenos económicos más resaltantes del Perú moderno (Anexo 1). Se estima que el Sector llamado Emporio de Gamarra moviliza alrededor de 800 millones de dólares al año, siendo el lugar con el mayor número de empresarios en el Perú. De este modo, teniendo en el Sector de Gamarra, en sus empresas textiles en marcha, las consideraciones expuestas, planteamos el problema de la investigación. Así, la Tesis expone la investigación realizada en torno a uno de los problemas de la Ciencia Contable en relación a sus usuarios, como es el relativo a la valorización del Patrimonio de las Empresas, en la presente en relación a las empresas PYMES del Sector Textil de Gamarra de Lima Perú.

El Profesional Contable, sustentado en la Ciencia Contable, tiene el deber de dar respuesta a la constante preocupación de los accionistas, socios, propietarios y ejecutivos de si sus empresas o entidades se encuentran en crecimiento, si el valor de sus activos, y por ende el Patrimonio invertido, está correctamente valuado. Preocupación intensificada en las circunstancias de las transacciones, cuando se requiere valorizar el patrimonio de las empresas para su compra o venta.

En las circunstancias actuales, de cambios e innovación, dentro de la comunidad de los Contadores Públicos, se manifiestan diferentes críticas en relación al Método Contable para la valorización de las empresas, como una muestra exponemos las respuestas de tres destacados miembros de la orden a una entrevista efectuada sobre el Método Contable.

A la pregunta: **¿Qué ventajas encuentra usted en la utilización del Método Contable?**, realizada a la CPC. Feliciano Morales Cuellar, la respuesta fue: En principio ninguna, pues la información contable, al no contar con referentes empíricos, no representa a la realidad. La realidad objetiva de la contabilidad se encuentra limitada a las transacciones económicas (ingresos egresos, compras, ventas, transferencias de caja). En dicha perspectiva, cuando la información es procesada por el modelo contable, nos alejamos del dominio empírico para aproximarnos a terrenos de la valorización subjetiva. De esta manera, conceptos tales como ganancias, pérdidas y otros, constituyen resultados sin valor al margen del aludido proceso. Pero por otro lado si tenemos en cuenta a las empresas textiles de Gamarra, que son empresas que no cotizan en bolsa, entonces tendríamos que tener un punto de partida que podría ser su valor en libro para luego ajustar los valores del activo y pasivo a su valor de mercado es decir se determinaría con base al método basado en el balance o patrimonio contable de la empresa.

A la misma pregunta, el CPC Ángel Vallejo, responde: El método de valor en libros lo que fundamentalmente indica la existencia del activo. La ventaja podría ser su simplicidad y mostrar la historia de cada bien. Esto en condiciones de mucha estabilidad, tanto económica como tecnológica.

A esta interrogante El CPC Mario Vergara Barreto ¿Qué ventajas encuentra usted en la utilización del Método Contable? responde: Las ventajas de la utilización del Método Contable son las siguientes: 1. La información financiera se registra y presenta de acuerdo con principios de contabilidad y generalmente aceptados; y 2. El Método Contable, al estar basado en el costo (o una modificación del mismo), representa una base histórica cierta, respaldada por documentación sustentatoria (como: facturas, guías de remisión, órdenes de compra, partes de ingreso al almacén, etc.), que se puede verificar en cualquier momento. El costo histórico es diferente al valor de mercado, valor de realización, valor neto realizable, valor de liquidación, valor justo, etc., que son los valores subjetivos.

A la interrogante inversa: **¿Qué desventajas o limitaciones encuentra en el Método Contable, para la Valorización de la empresa que se pondrá en venta?** La CPC Feliciano Morales responde: Es el método más impreciso y antitécnico: 1) no refleja la capacidad organizacional. 2) No muestra la participación de la empresa en el mercado y olvida las características del mismo. 3) No tiene en cuenta el valor de intangibles como: marcas, patentes, licencias, concesiones, modelos industriales, etc. 4) Las prácticas contables y la inflación distorsionan los Estados Financieros, los criterios contables están sujetos a cierta subjetividad. 5) El balance general a una fecha es una medición estática que no refleja el futuro. 6) El balance general no refleja la totalidad de las fuentes de valor. 7) Es objetivo pero no refleja la realidad del negocio. 8) Se concentra de manera exclusiva en el corto plazo.

A la misma pregunta el CPC Ángel Vallejo, responde: las desventajas en el método Contable, son que mediante este método no podemos establecer el valor real de los bienes tomando en cuenta su rendimiento. Es decir, no se puede establecer la variación de su valor a través del tiempo, ya sea por uso, obsolescencia o revalorizaciones por oportunidades o cambios en el contexto donde existen.

El CPC Mario Vergara, a la pregunta: **¿Qué desventajas o limitaciones encuentra en el Método Contable, en la Valorización de la empresa que se pondrá en venta?** No es conveniente valorizar una empresa por el Método Contable cuando se ha tomado la decisión de venderla; sin embargo, la determinación del patrimonio por este método sirve de base para establecer el valor de venta. Tradicionalmente el valor de una empresa que participa en el mercado de valores está dado por la cotización en bolsa de sus acciones. Las empresas que no concurren al mercado de valores se valorizan por el Método de Participación Patrimonial Proporcional. Esta última metodología, modificada por cierto, que utilizó el Gobierno Militar en la década de los 70 para determinar el valor de las empresas expropiadas (periodística, mineras, pesqueras, cementeras, agroindustriales, etc.), no es recomendable, ya que tuvo un gran componente político, tendente a reducir el valor de las empresas. Al no haber pago de por medio la expropiación se convirtió en una confiscación.

El Método de Participación Patrimonial Proporcional establecido por el FASB (Financial Accounting Standards Board – Consejo de Normas de Contabilidad Financiera) del AICPA (American Institute of Certified Public Accountants – Instituto Americano de Contadores Públicos Certificados), es utilizado por la comunidad de los negocios con la finalidad de dar valor a las inversiones que tiene una empresa matriz en las filiales que no participan en el mercado de valores. Es decir, que no se utiliza para valorizar las acciones de una empresa para venderla. Sin embargo, este método sirve como base para lograr ese propósito.

En mi opinión, para determinar el valor de las acciones de una pequeña empresa – que obviamente no concurre al mercado de valores – bastaría con realizar una evaluación patrimonial basada en una metodología que combine una verificación de valores contables utilizando una técnica de auditoría financiera muy selectiva y un análisis financiero a la fecha de la Valoración; estos es, la fecha en que la junta general de accionistas acordó la venta.

A la pregunta sobre el Método Contable para la valorización del patrimonio de una empresa: **¿Qué intangible cree usted que ha influido (o influirá) en el incremento del valor de la empresa?** el CPC Ángel Vallejo Urreta responde: el intangible que influye en el incremento de valor de la empresa es su Know How, es decir el nivel de organización y conocimientos que posee la empresa en el giro del negocio, es decir su personal.

A esta misma interrogante, la CPC Feliciano Morales de Cuellar, señala: Los intangibles que no aparece reflejado en el balance pero proporcionan ventajas competitivas son: investigación y desarrollo (diseños, modelos, combinación de colores, en el caso de confeccionistas), marca de fábrica, mercado potencial o la porción del mercado propio, cartera de clientes, liderazgo sectorial, alianzas estratégicas, entre otros.

A la interrogante sobre el Método Contable para la valorización del patrimonio de una empresa: **¿Qué intangible cree usted que ha influido (o influirá) en el incremento del valor de la empresa?** el CPC Mario Vergara Barreto, responde: Sin duda alguna el goodwill, pero no para determinar en registro contable según Normas Internacionales de Contabilidad. El goodwill cuando es utilizado para determinar el valor de una empresa con la finalidad de ponerla en venta es técnicamente complicado debido a que tiene un gran componente subjetivo. Cuando un Ministro anuncia (como ha resumido en el pasado reciente en nuestro país) que el Estado ha decidido participar como

empresario en determinada actividad económica, el valor de las acciones de las empresas del sector declinará.

Lo primero que se tiene que evaluar es la calidad de su gobierno corporativo (Grupo Wong, por ejemplo) y darle un valor monetario.

También su crédito con bancos y proveedores. La garantía y seguridad que ofrecen sus fuentes de abastecimiento. Las existencias se tendrán que valorar al valor de mercado y la maquinaria y equipo según su capacidad de generar beneficios económicos futuros. Aquí se tiene que tener mucho cuidado, ya que en nuestro país, especialmente en las pequeñas empresas, los activos fijos son depreciados de manera acelerada, determinando que gran parte de la maquinaria que se encuentra operativa esté totalmente depreciada; por lo tanto, el valor con que aparece en el balance el activo fijo no es justo ni razonable; y mucho menos refleja su valor de venta.

En la Unión Europea realizan una pre-auditoría financiera con la finalidad de lograr un saneamiento patrimonial antes de aplicar el Método de Participación Patrimonial. Al patrimonio resultante se le agrega el Goodwill según lo comentado en párrafos precedentes.

### **1.1.3. La problemática particular del Método Contable para la Valorización del Patrimonio de una Empresa (parte 2)**

A las afirmaciones sobre las desventajas y ventajas del Método Contable para la valorización del patrimonio de las empresas, expuestas por los Contadores Públicos Colegiados, con un criterio crítico, se puede, en la actualidad, responder teniendo presente el desarrollo de la Ciencia Contable.

#### **El Método Contable: ¿Muestra la participación de la empresa en el mercado y olvida las características del mismo?**

El proceso y resultado del Método Contable para valorizar el patrimonio de una empresa no nos muestra las características del mercado en razón en que no es su objetivo en sí mismo, lo que muestra es el



Patrimonio de la Empresa y como se revela ante los usuarios de los Estados Financieros. Se puede afirmar, el resultado del método brinda información cuantitativa de los costos de los productos y servicios que la empresa va a colocar en el mercado, con esa información le va a permitir a la empresa obtener el precio de venta del producto para poder colocarlo en el mercado.

Desde el punto de vista del objetivo del Método Contable, ayudará a una empresa a la comercialización u venta de un producto, con la variable precio, variable importante para la comercialización de un producto en el mercado. De este modo el Método Contable se vincula con el mercado, toma en cuenta las condiciones y características del mercado.

**El Método Contable, ¿tiene en cuenta el valor de intangibles como marcas, patentes, licencias, cartera de clientes, mercado potencial, liderazgo sectorial, alianzas estratégicas, concesiones, modelos industriales, etc.?**

El Método Contable para valorizar el patrimonio de las empresas si toma en cuenta las inversiones intangibles, considerándolos como activos de la empresa. El problema es su valorización, existe dificultad de encontrar las técnicas específicas de valorización y, para la estimación de los mismos en la mayoría de casos es costosa, lo que no estaría al alcance de las Pymes por el nivel de ingresos que mantienen.

Es importante remarcar los intangibles se valorizan teniendo en cuenta las técnicas de valorización indicadas en las Normas Contables, existiendo casos que presentan dificultad para valorizarlos. Para la valorización de los intangibles se toma en cuenta las Normas Internacionales de Información Financiera que para el caso de empresas grandes se considera la NIC 38: Activos Intangibles y para las Pymes la NIIF para las Pymes, Sección 18: Activos Intangibles distintos de la Plusvalía.

## **El Método Contable ¿toma en cuenta el efecto de la inflación en los estados financieros?**

El Método Contable si considera el efecto de la inflación en los Estados Financieros. Los criterios para determinar este efecto se exponen en las Normas Internacionales de Información Financiera y específicamente en la NIC 29: Información Financiera en Economías Hiperinflacionarias, y en la NIIF para las Pymes, Sección 31: consideran el efecto de la inflación en los resultados obtenidos de la empresa. En las normas indicadas se señalan criterios de materialidad para la medición del efecto e indica que este debe mostrarse en el patrimonio de las empresas.

En las normas señaladas se indican criterios como:

- Que la población prefiera conservar su riqueza en una moneda extranjera relativamente estable.
- La población no toma en cuenta la moneda local en las operaciones que realizan.
- En los precios de los productos intentan compensar la pérdida del poder adquisitivo, incluyendo en periodos cortos.
- Las remuneraciones de la población, las tasas de interés de créditos y los precios se vinculan a un índice de precios.
- La norma indica cuando la inflación acumulada en un periodo de tres años sobrepasa el 100% se considera hiperinflación.

A nivel mundial se considera estadísticamente que cuando en un país la inflación sobrepasa del 3% anual, durante 3 años consecutivos, se considera que ya existe inflación material y en consecuencia debe a partir de ese valor revelarse el efecto de la inflación en los Estados Financieros de las empresas. Cuando es menor al porcentaje indicado, como práctica contable no requiere revelar el efecto de la inflación por no ser significativo o material. Las pymes, en consecuencia, no

escapan de esta realidad por estar enmarcados dentro de una empresa en marcha que realiza negocios.

### **¿Los criterios contables están sujetos a cierta subjetividad?**

La subjetividad dada en el Método Contable se debe a que los negocios, por la diversidad de los mismos, ocasionan hechos económicos que son analizados desde distintos puntos de vista, para lo cual se toma en cuenta las Normas Contables, legales, tributarias, laborales, económicas, etc.

Esta situación para registrar el hecho económico ocasiona necesariamente entrar a la abstracción para diferenciar las diversas formas de análisis señaladas y tomar en cuenta solamente la contable, relacionándola con las otras, para ello se recurre a las Normas Internacionales de Información Financiera que indican Principios Contables para registrar y revelar los hechos económicos. Uno de los Principios, por ejemplo, es la prevalencia de la esencia sobre la forma, indica que debe prevalecer la norma contable antes que cualquier otra norma o forma de análisis de un hecho económico, permitiendo reducir la subjetividad a la que están sujetas el análisis de los hechos económicos.

### **El método en su resultado ¿El estado de situación financiera a una fecha es una medición estática que no refleja el futuro?**

Es verdad que el resultado del Método Contable es una medición estática, que refleja hechos históricos, por lo tanto no refleja el futuro. Sin embargo, este resultado ayuda a realizar proyecciones para el futuro, que requieren la base de los hechos históricos ocurridos, cuantificados en la contabilidad de la empresa.

Con los nuevos cambios que se dan en las Normas Contables respecto a la información que se presenta se puede visualizar lo que podría ser la puerta de entrada para proyectar información a futuro de una empresa, cuando se aplica el valor razonable en las empresas. Esto significa que a la fecha que se presenta el Estado de Situación

Financiera, deberá aplicarse técnicas de valorización tomando como base hechos ciertos a la fecha de los estados financieros presentados que generen perspectivas futuras sobre decisiones empresariales.

**Con el Método Contable para la valorización del patrimonio de una empresa ¿el estado de situación financiera no refleja la totalidad de las fuentes de valor?**

Es cierto que el Método Contable no refleja la totalidad de fuentes de valor, porque existen hechos económicos que nacen en forma interna y otros por efecto del entorno de la empresa que influyen en el valor del patrimonio de una empresa y que sin embargo existe dificultad para medirlos, lo que ocasiona que no se puedan valorar y revelar en los Estados Financieros.

Se puede citar algunos casos que escapan al Método Contable: el conocimiento y la experiencia del personal y de los funcionarios de una empresa, el nombre o el producto que ofrece una empresa de mercado, la cartera de clientes, etc. Sin embargo, en casos como los señalados, las normas contables como la NIC 38: Activos intangibles, y la NIIF para las Pymes, Sección 18: Activos intangibles distintos de la plusvalía, ayudan a disminuir la dificultad señalada debido a que indican criterios técnicos para valorizar y revelar los intangibles en los estados financieros.

**El Método Contable ¿Es objetivo pero no refleja la realidad de un negocio?**

Esta afirmación sobre el Método Contable hoy no es exacta. Años atrás la contabilidad mostraba hechos históricos y en muchos casos no se acercaba a lo que el mercado podía apreciar de la información que presentaba la empresa; en el entendido que cuando hablamos de realidad de un negocio nos referimos a como ve el mercado a la empresa.

A la fecha, las normas contables toman en cuenta criterios y técnicas de valorización de los diversos rubros que se muestran en los Estados

Financieros que vienen a ser el reflejo de las operaciones realizadas y mostradas en el patrimonio de la empresa. Estas técnicas se acercan a la forma de medición de los valores en el mercado, lo que se desprende que sí se estaría mostrando la realidad del negocio. Sin embargo es importante señalar que la contabilidad no es exacta, en consecuencia el margen de posibilidad de reflejar la realidad del negocio se encontraría entre los parámetros normales de precisión de la información.

### **El Método Contable ¿Se concentra de manera exclusiva en el corto plazo?**

El Método Contable no sólo refleja a un momento determinado efectos u operaciones a realizar en el corto plazo, entendiendo como tal un año, también refleja el largo plazo, más de un año, en razón a las operaciones que realiza una empresa son históricas permiten y ver que en el tiempo ocasionan obligaciones y derechos a la largo plazo, así, como ver bienes de uso de acuerdo a las necesidades que requiere la empresa, que indican que el periodo de tiempo dependerá del tipo del negocio que tenga la empresa.

Se puede citar un ejemplo, en el sector agricultura existen productos que al sembrarlos se pueden cosechar en menos de un año, por ejemplo el algodón y otros productos que se pueden cosechar en más de un año, como es el caso del mango que se cosecha a los siete años. Sin embargo, la contabilidad está reflejando todo este periodo de tiempo la Situación Financiera y Económica del negocio, por tanto, no se puede señalar que el método no solamente refleja el corto plazo en forma exclusiva.

Es importante indicar que cuando se valoriza a una fecha determinada una empresa el Método Contable, así como todos los métodos de valorización existentes, reflejan el corto plazo.

#### **1.1.4. El Objeto de la Investigación: El Sector Textil de Gamarra**

##### **Ubicación**

El emporio textil de Gamarra está situado en la ciudad de Lima-Perú, distrito de La Victoria, abarcando unas 40 cuadras ubicadas en las avenidas 28 de julio y Aviación y los jirones Italia y Luis Garibaldi, como se puede observar en el siguiente gráfico:



Figura 1. Mapa del Emporio Comercial de Gamarra. Prompyme

### Orígenes

El inicio del Sector Textil de Gamarra se da en el Mercado Mayorista N°1 conocido como La Parada en el año 1950. Este mercado fue el paradero obligado de los ómnibus de las empresas de transporte provincianas, donde emigrantes llegan a la capital del Perú en busca de progreso y futuro. En los inicios en la zona sólo había empresas de transporte, talleres de mecánica, un frigorífico y apenas dos tiendas dedicadas a la comercialización de telas, no tenían experiencia en la fabricación de ropa y el gran mercado de vestir tenía como actores al mercado central y a los grandes almacenes de la época

El cambio de zonificación, en la década de los 70, de residencial a comercial produjo en la zona un fenómeno económico sin precedentes en torno al negocio de las confecciones. Unos jóvenes empresarios decidieron invertir en construir pequeñas galerías comerciales en una calle poco conocida: Jirón Prolongación Gamarra, en La Victoria, dentro de la zona “difícil” de Lima. Cuentan que, por aquella época, Gamarra era una mezcla de casas, pequeños restaurantes, bares y hostales.

Disputan la autoría de la primera inauguración los hermanos Pedro y Nemesio Guizado, Vicente Díaz Arce, Alcibíades Torrejón, Alberto Venero y Leonardo Salinas. Ellos se arriesgaron con Gamarra, pues el negocio se movía unas calles más allá, en los alrededores del Mercado Mayorista de La Parada, al otro lado de la avenida Aviación. Así con liderazgo, estos pioneros, considerados patriarcas de Gamarra, junto a otros fundadores, han concretado en tres décadas un emporio textil de más de 16,000 negocios, el más importante del Perú, conocido en Venezuela, Ecuador, Chile, Bolivia, Centro América. Fue un proceso creativo y gradual impulsado con mucho esfuerzo y sacrificio.

En los inicios, sin embargo, no fue sencillo animar a los primeros inquilinos. Los potenciales clientes no tenían dinero, eran comerciantes ambulantes a los cuales se les ofrecía un espacio para que se inicien en la industria de la confección. Eso sí, se vivían tiempos donde el mercado interno estaba protegido y existía tensión entre el gobierno y las grandes fábricas, algunas de las cuales cerraban por las políticas industriales instauradas en el gobierno del General Juan Velasco Alvarado. Con dedicación, el riesgo podía dar sus frutos rápidamente. Los comerciantes ambulantes no disponían de mucho capital, tenían que comprar máquinas usadas, no tenían experiencia en la fabricación de ropa y el gran mercado de prendas de vestir tenía como actores centrales al Mercado Central y a los grandes almacenes de la época.

## **Desarrollo**

**¿Cómo hicieron los primeros inversionistas inmobiliarios para convencerlos que entren a alquilar una tienda en un espacio que no era zona comercial?** En cierto modo los negocios se dieron según estas condiciones: *No te preocupes, entra, vamos viendo, haz negocio primero y cuando empieces a caminar me pagas la renta.* Así fue como los primeros empresarios de Gamarra comenzaron a llenar sus galerías. A sus inquilinos les fue yendo bien y comenzaron a pagar. Lo mismo ocurrió durante muchos años con los insumos, con las telas y con las máquinas, con la misma condición: *lleva no más, no te preocupes, después me pagas, haz plata para que puedas pagarme.*

En Gamarra todos eran provincianos esforzados y confiaban entre ellos. Por otro lado, la mayoría de los dueños de las fábricas de telas e insumos eran judíos y árabes que habían llegado al Perú amantes de las ventas y sin ningún tipo de prejuicio respecto al origen provinciano de sus clientes. En esos años no existían muchos competidores, todos trataban de crecer y generar confianza era importante. La oportunidad era para todos y se cuidaba el nombre y el prestigio.

Los iniciadores de Gamarra, jóvenes provincianos, habían comenzado su vida laboral en Lima como comerciantes ambulantes, albañiles, meseros de restaurantes, empleadas domésticas, operarios de confección. Cuando iniciaron su proceso de migración, dar un salto al negocio propio no estaba en sus planes, se hicieron empresarios, se instalaron en Gamarra, comenzaron a producir, salían a buscar a sus clientes, recorrían las provincias llevando su mercadería.

Con su crecimiento tuvieron necesidad y oportunidad de albergar a otros provincianos, los acogieron brindándoles empleo. Así, Gamarra comenzó a generar su propia masa empresarial: nuevos confeccionistas, comerciantes de telas de insumos, inversores inmobiliarios. En 1992 Gamarra contaba con 4,000 tiendas y talleres, en 1998 contaba con 12,000, en el año 2002 Gamarra llega a contar con 17,000. De ser una calle, pasó a tener 40 cuadras densamente



pobladas de negocios, dando empleo directo a 60,000 personas, entre jóvenes vendedores y operarios de confección.

Treinta y tantos años después, son más de 140 galerías las que pueblan lo que ya nadie duda en llamar “emporio comercial”. Hoy estar ahí cuesta caro. Una tienda puerta a la calle en la mejor esquina se han llegado a vender a 15 mil dólares el metro cuadrado y hay empresarios que están pagando 10 mil dólares mensuales de alquiler por menos de cien metros con puerta a la calle.

En síntesis, hoy en día Gamarra es un centro económico con 162 galerías, con ventas anuales de 500 millones de dólares anuales. Se caracteriza por su gran extensión y la diversidad de opciones, pues es posible encontrar desde fabricantes con perfil emprendedor-microempresario hasta grandes corporaciones, dando la flexibilidad para que el público encuentre lo que busca ya sea consumidor final, o empresario de negocios.

### **Problemática del Sector Textil de Gamarra**

En términos generales, las Pymes de Gamarra comparten los siguientes problemas: 1) Limitan con barrios problemáticos del distrito de La Victoria como son Tacora, La Parada y El Porvenir. 2) Los servicios de limpieza, ornato y seguridad son deficientes. 3) Como centro comercial, no tienen una administración centralizada. Es difícil que las Pymes que la integran respeten códigos de conducta, no existe autoridad oficial, sólo líderes legitimados. 4) Llegar y salir de la zona es complicado para el cliente, puede ser víctima del robo de sus carteras o paquetes. 5) La seguridad está resuelta parcialmente con vigilantes particulares, sin embargo, fuera del sector, en los alrededores, ya no hay garantías para el comprador. 6) El acceso es un problema, sólo por la Av. Huánuco circulan 64 líneas de transporte público, generando un congestionamiento crónico. 7) Sus servicios son limitados y deficientes. Los probadores para los clientes están ubicados en las escaleras y los servicios higiénicos están con deficiente mantenimiento.

## **Perspectiva del Sector**

Con la firma del Tratado de Libre Comercio (en adelante TLC) con EE.UU., las perspectivas del sector son favorables, una oportunidad del posicionamiento de sus productos en base a calidad. El sector ya exporta a Chile, Bolivia, Ecuador, Venezuela y otros países de la región. La amenaza para el Sector Textil de Gamarra proviene de las exportaciones textiles de China, en base a precios.

## **El valor del espacio físico**

Como un indicador del valor del patrimonio de las pymes, podemos señalar que los costos del arrendamiento se han elevado. El precio del metro cuadrado en el corazón de Gamarra puede llegar a costar entre 7 mil y 10 mil dólares. Este fenómeno está provocando la conversión del sector en comercial, los talleres de prendas de vestir se están trasladando fuera del sector.

## **1.2. Formulación del Problema – Interrogantes**

*El Planteamiento del problema de la vigencia del Método Contable para valorizar el patrimonio de las empresas del Sector Textil de Gamarra, se determinó con las siguientes interrogantes:*

### **1.2.1. Problema General**

¿Está vigente el Método Contable para la valorización del patrimonio de las Pymes y cuáles son sus ventajas, limitaciones y problemas?

### **1.2.2. Problemas Específicos (Referido al objeto de investigación)**

¿Los propietarios de las Pymes del Sector Textil de Gamarra, para vender sus empresas, utilizarían el Método Contable para la valorización de sus patrimonios? ¿Qué otros métodos utilizarían?

¿Los intangibles como marca, patente y otros, que elevan el valor de las Pymes del Sector Textil de Gamarra, son considerados por el Método Contable para la valorización de sus patrimonios?

¿En qué grado utilizarían el Método Contable para la valorización del patrimonio de las empresas los propietarios del Sector Textil de Gamarra?

### **1.3. Justificación Teórica**

*La presente investigación “Vigencia del Método Contable para Valorizar el Patrimonio de las Empresas – Sector Textil Gamarra, Lima – Perú 2011-2014” se justifica plenamente en el nivel teórico porque expone y sistematiza los fundamentos y sistematiza el Método Contable para la valorización de las empresas, tanto de un modo analítico como sintético, en sus secuencias, como se podrá observar en el capítulo del Marco Teórico.*

*Por esta justificación se ha logrado con los resultados de la investigación, conocer científicamente los alcances y limitaciones del Método Contable para la valorización del patrimonio de las empresas y en particular del Sector Textil de Gamarra; ello teniendo en cuenta la solicitud y demanda de los empresarios al profesional contable para las valorizaciones respectivas.*

### **1.4. Justificación Práctica**

*La investigación se justifica plenamente en el ámbito práctico porque expone la forma de utilizar el Método Contable para la valorización del patrimonio de las empresas, por el profesional contable, teniendo presente*

*los ajustes al valor con las Normas Internacionales de Contabilidad referidas a las PYMES y a los intangibles.*

*Por los resultados expuestos en el capítulo correspondiente, la presente Tesis se justifica por que muestra la preferencia del profesional contable por parte de los usuarios del emporio textil de Gamarra en caso de tener que valorizar el patrimonio de sus empresas.*

## **1.5. Objetivos de la investigación**

*La investigación “Vigencia del Método Contable para Valorizar el Patrimonio de las Empresas – Sector Textil Gamarra, Lima – Perú 2011-2014”, ha planteado alcanzar los siguientes objetivos:*

### **1.5.1. Objetivo General**

Conocer si está vigente el Método Contable para la valorización del patrimonio de las Pymes, sus ventajas, limitaciones y problemas.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- a) Conocer y determinar si los propietarios de las Pymes del Sector Textil de Gamarra utilizarían el Método Contable de valorización del patrimonio de las empresas en el supuesto de la venta de las mismas.
- b) Determinar y conocer si los intangibles como marca, patente y otros, elevan el valor de las Pymes del Sector Textil de Gamarra y si son consideradas por el Método Contable en la valorización del patrimonio de las Pymes.
- c) Conocer la predisposición y aceptación de los propietarios de las Pymes del Sector Textil de Gamarra para la utilización del Método Contable en la valorización del patrimonio de sus empresas en el supuesto de su venta.

**II**  
**MARCO TEÓRICO**

## **II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Marco Epistemológico de la Investigación**

#### ***Construcción del Marco Teórico***

*Teniendo presente el enfoque metodológico adoptado, Deductivo – Cuantitativo, se ha elaborado el Marco Teórico adecuado para fundamentar y deducir las Hipótesis de la investigación.*

*El Marco Teórico elaborado se compone de dos aspectos, el primero corresponde a la fundamentación epistemológica de la Contabilidad en el ámbito científico, el segundo, es la exposición resumida y sistemática del Método Contable, en su condición de mecanismo o procedimiento basado en principios, a fin de lograr la valoración de su Patrimonio.*

#### **2.1.1. Marco Epistemológico de la Contabilidad: Ubicación de la Ciencia Contable**

La Contabilidad como disciplina tiene como objetivo revelar la historia financiera de una unidad económica, para brindar información veraz y útil a sus usuarios, en la actualidad, se manifiesta limitada y con problemas ante las exigencias de la sociedad moderna, que, cada vez más exige la contabilización de los efectos producidos de las unidades económicas en la sociedad y la naturaleza (sociales, ecológicos, éticos), como también conocer los efectos de los intangibles en la creación del valor en las empresas. Debido a estas exigencias, la Contabilidad ha ido evolucionando, haciendo ajustes, sufriendo transformaciones, en un proceso de investigaciones que aún continúa. En estas condiciones se desarrolla la presente investigación.

Para efectos del Marco Epistemológico se ha considerado determinar a la Contabilidad en el sistema o ámbito de la ciencia, según dos concepciones, la de Mario Bunge y, luego, con la de S. F. Kuhn.

### **La Ciencia Contable y la Cuadrícula de Bunge**

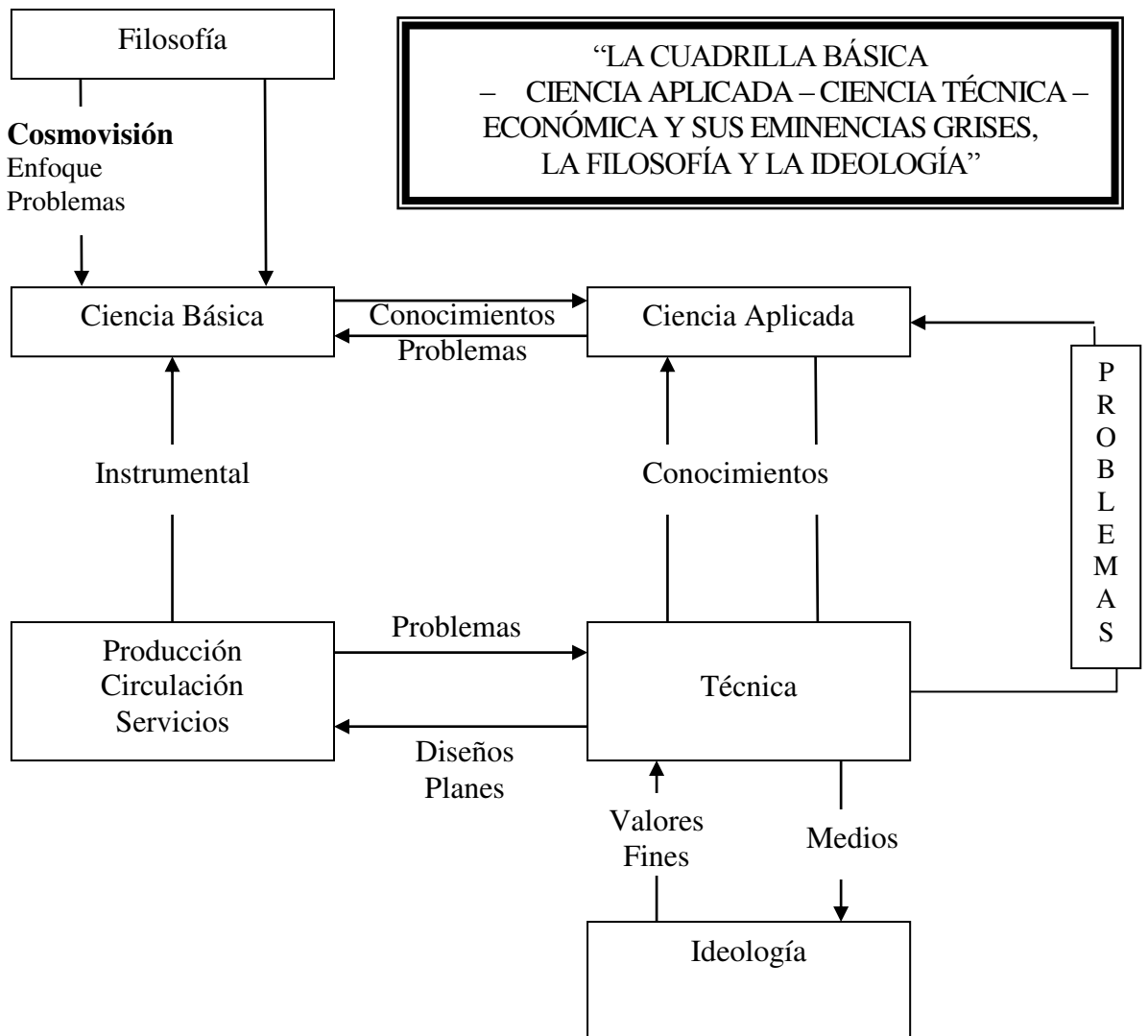
Desde la perspectiva de M. Bunge, la Ciencia Contable como otras disciplinas científicas, se determina acorde al carácter, o naturaleza de los conocimientos obtenidos.

La Contabilidad se constituye en Ciencia Básica si su fin es conocer, o el conocimiento de su objeto no es tener en cuenta su utilidad.

La Contabilidad se determina en Ciencia Aplicada cuando su fin es, utilizando el conocimiento básico, lograr conocimientos especiales con posibilidades de resolver necesidades y problemas sociales.

La Contabilidad se convierte en técnica, cuando los conocimientos logrados en la Ciencia Aplicada pasan a ser diseñados para su uso como productos (servicios). Y la Contabilidad es un producto o un servicio, cuando entra a la economía, con el fin de satisfacer necesidades. Esta visión de la Ciencia Contable puede graficarse en la cuadrícula de M. Bunge. (Ver Figura 2)

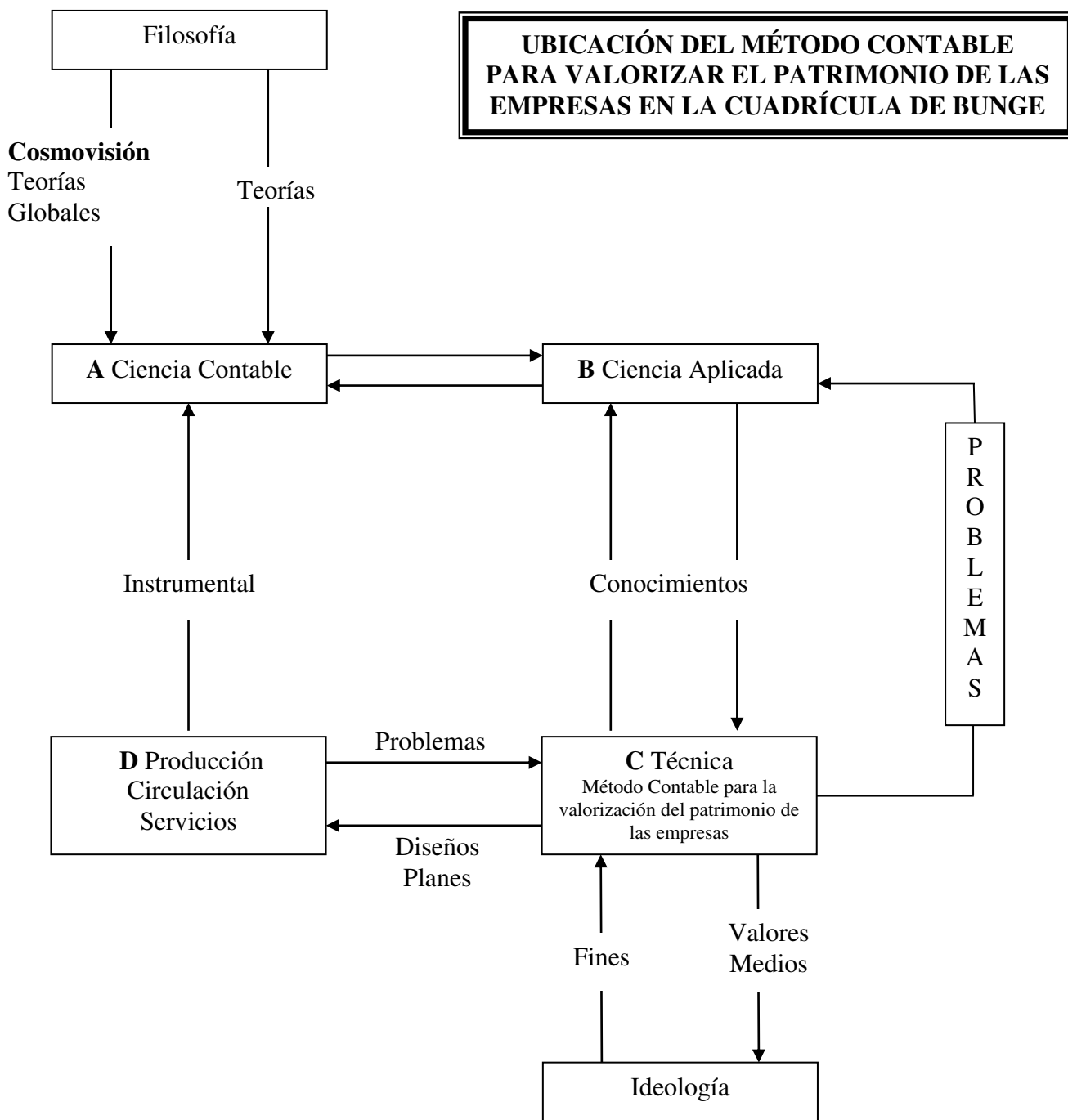
Al Método Contable, para la valorización del Patrimonio de las empresas, es posible ubicarlo en el casillero correspondiente a la Técnica de la cuadrícula de M. Bunge, responde y es resultado de los conocimientos correspondientes a la Ciencia Contable Básica y a la Ciencia Contable Aplicada, además, responde al diseño para constituirse en un producto o servicio que el Profesional Contable ofrece en la economía. En el esquema siguiente graficamos esta determinación epistemológica del Método Contable.



**Figura 2. La Cuadrilla Básica – Ciencia Aplicada – Ciencia Técnica – Económica y sus eminencias grises, La Filosofía y la Ideología.** Centro de Investigaciones del Colegio de Contadores Públicos de Lima.

En relación al Método Contable para la valorización del Patrimonio de las empresas, se ubica en el casillero correspondiente a la Técnica de la cuadrícula de Bunge, por tanto, responde y es resultado de los conocimientos correspondientes a la Ciencia Básica Contable y a la Ciencia Contable Aplicada, además, responde a un diseño para constituirse en un producto o servicio que se da en la economía. En el esquema siguiente graficamos esta determinación epistemológica del Método Contable. (Ver Figura 3)





*Figura 3. Ubicación del Método Contable para valorizar el patrimonio de las empresas en la cuadrícula de Bunge.* Elaborado por el autor, sobre la base de la Figura 2.

## **La Ciencia Contable como Paradigma**

La Contabilidad también puede concebirse, en el ámbito de las ciencias, desde la visión de S. F. Kuhn, bajo el fundamento del concepto de Paradigma, que ha influido y repercutido no sólo en el ámbito científico sino en todas las esferas del quehacer social humano.

De acuerdo a la concepción de Kuhn, se distinguen dos momentos en el desarrollo de las ciencias: La ciencia normal y la ciencia en momentos extraordinarios, que preceden a las revoluciones científicas.

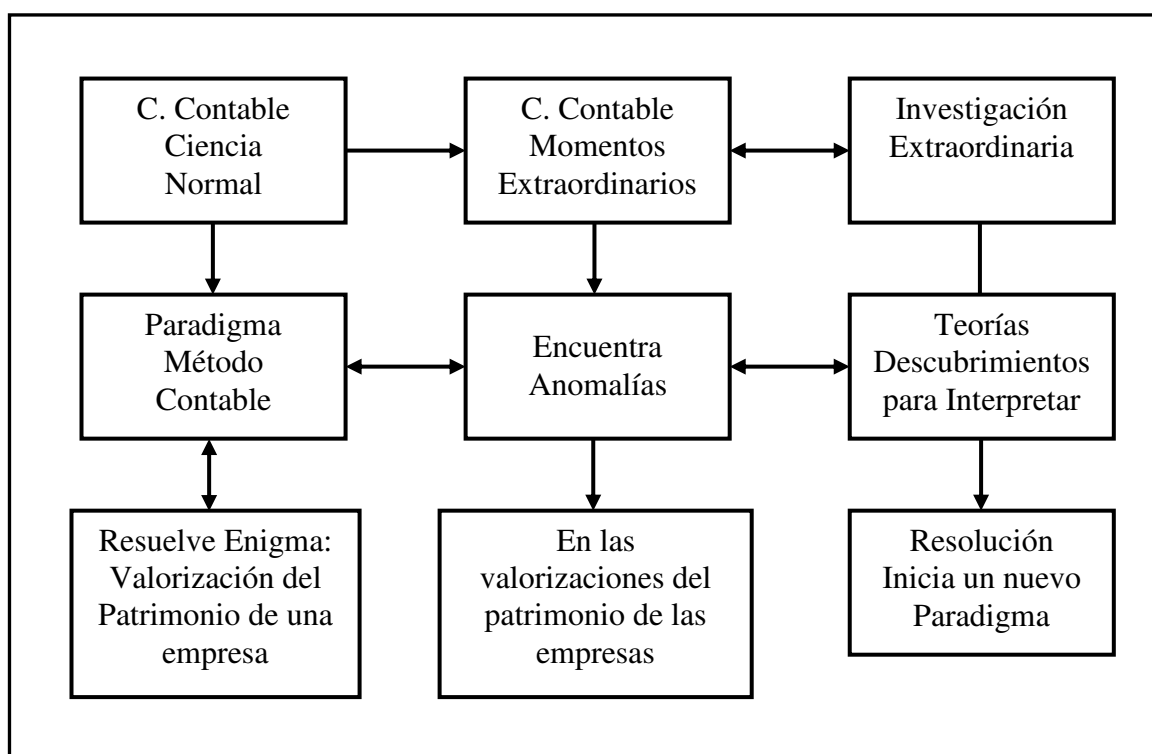
La ciencia normal, fundada por un gran descubrimiento científico, se desarrolla teniendo como modelo o patrón de investigación a este gran descubrimiento. Así, la ciencia normal funciona como un paradigma, los científicos se dedican a articular el patrón (paradigmas) a problemas, que Kuhn los determina como enigmas, cuya solución se encuentra en las reglas contenidas en el Paradigma. Estos enigmas son semejantes a los rompecabezas o a las palabras cruzadas (crucigramas), es decir, tienen solución y son desafíos a la inteligencia de los científicos el lograr resolverlos. Así, la ciencia no se ocupa de problemas insolubles sino con soluciones.

La Contabilidad, conforme esta visión, ha sido fundada por un descubrimiento en su campo, funciona como un paradigma, los profesionales contables se forman para resolver problemas (enigmas) que se suponen tienen solución.

La ciencia en momentos extraordinarios se da cuando el paradigma, en sus articulaciones, encuentra o se enfrenta a problemas que no puede resolver, o no están previstos en su naturaleza. Entonces, la ciencia entra en crisis, los aspectos que no puede resolver el paradigma son considerados anomalías. Las investigaciones por resolver las anomalías son extraordinarias, cada vez se alejan del paradigma, o del modelo de la ciencia normal; estas investigaciones se dan en una etapa de transición, donde la crisis científica, manifestada por la imposibilidad de resolver los problemas como anomalías, da lugar a

nuevas teorías, o nuevos descubrimientos, inaugurando debates en la comunidad científica. Cuando triunfa una nueva teoría o un descubrimiento se produce una revolución científica, un cambio de paradigma.

La Contabilidad como ciencia y técnica tiene problemas en su articulación con la realidad, por lo que es importante considerar la visión de Kuhn, para la realización de la presente investigación. El siguiente esquema grafica a la Contabilidad en la visión de la ciencia de Kuhn. (Ver figura 4)



**Figura 4. Ubicación del Método Contable para valorizar el patrimonio de las empresas, tomando en cuenta la visión de S.F.Kuhn.** Elaborado por el autor.

El punto crítico de la presente investigación está en la determinación si el Método Contable (Paradigma Contable), puede valorizar bajo sus principios las empresas en su patrimonio, o surgen anomalías o aspectos insolubles para el paradigma.

## **2.2. Antecedentes de la Investigación**

*La selección del tema de la investigación fue concebida por primera vez, hace 8 años, siendo inédito en aquel tiempo, al hacerse la revisión de la literatura correspondiente. Tal como se ha determinado el tema de investigación, “Vigencia del Método Contable para Valorizar el Patrimonio de las Empresas – Sector Textil Gamarra, Lima – Perú 2011-2014” luego del tiempo transcurrido, renovada la revisión literaria, se puede seguir considerando inédito al no haberse realizado aún una investigación sobre el tema tal cual se ha determinado.*

*Sobre el tema del Método Contable y la valorización del patrimonio de las empresas, culminada la investigación, no se ha encontrado un tratado específico, o trabajo especializado que desarrolle el tema en forma directa, se le considera sobrentendido, como un paradigma contable, o una practica que todo contador debe dominar. Siendo una tarea pendiente la sistematización del Método Contable.*

*En la revisión literaria efectuada, el Método Contable, aparece en forma reiterativa, tal como lo señalamos en el planteamiento del problema, como referencia a los métodos de valorización de las empresas.*

## **2.3. Bases Teóricas**

*Para el nivel de la Contabilidad en su especificidad se expone las definiciones consignadas en la ponencia “Estudio de las normas contables desde una perspectiva lógica y epistemológica y su utilización en los países de América” presentada por el autor conjuntamente con los Contadores Públicos Colegiados Percy Vilchez Olivares y Jesús Capcha Carbajal en XXVII Conferencia Interamericana de Contabilidad:*

### **Definición**

“La contabilidad es una disciplina científica que describe y explica una determinada región de la realidad social, los hechos contables, estas descripciones y explicaciones están constituidos como teoría contable. La

contabilidad, también es una disciplina técnico-profesional que prescribe o regula acciones y están constituidos en un sistema normativo: las normas contables.”

### **Teoría Contable**

“La teoría contable, es un sistema hipotético-deductivo que describe los hechos contables que están presentes en todos los sistemas normativos.

Bajo el enfoque formalizado, la teoría Contable, es un sistema de enunciados preposicionales, para caracterizar los hechos contables, empíricamente contrastables. Por tanto, se enuncian a través de: axiomas, postulados, teorías particulares y principios.”

### **Los hechos contables**

“La contabilidad habla de hechos contables y constituye todo hecho que tiene un impacto en el patrimonio de la empresa. El gestor de empresas actúa sobre los hechos administrativos, donde un grupo de estos hechos son hechos contables, el contador no actúa sobre los hechos. En ese sentido, la compra de bienes en una industria es gestada por la administración de la empresa, y el contador no modifica los hechos contables.

Los hechos contables son los sistemas concretos o cosas, también significa procesos (producir), también significa sucesos (partes de un proceso), también significa estado de cosas (momentos de un proceso). Una vez que el hecho contable lo hemos reconocido, iniciamos el proceso contable, donde entra a operar la norma contable que brinda los criterios de reconocimiento, medición y revelación de los hechos en los estados financieros.

La disciplina contable busca describir los hechos contables, aporta a la comprensión de los procesos, para la toma de decisiones y el control de la gestión. La contabilidad describe los hechos contables desde la perspectiva de la utilidad de la información.

Estos hechos contables se procesan a través de racionalidad instrumental objetivizada en las normas contables que son de aplicación integral para todos los hechos contables.

### **Fundamento lógico-normativo: Normas Contables**

“La norma contable es una norma técnica, denominado también directrices, en términos aproximados guardan relación con los medios a emplear o indican un curso de acción para alcanzar un determinado objetivo. Con lo cual se presupone que las personas involucradas que sigue las instrucciones aspiran al logro del fin o resultado, con vistas a dicho logro se dan las normas contables.

Las normas contables permiten una ordenación del comportamiento del sujeto contable por las normas emitidas por la autoridad competente de acuerdo a un criterio de valor y cuyo cumplimiento trae aparejado el logro de la eficiencia de las normas.

Para algunos, las normas contables se diferencian de las normas tributarias, porque las primeras tienen intención prescriptiva y descriptiva, mientras las normas tributarias – Ley, tienen carácter prescriptivo. Además las normas tributarias forman parte del gran ordenamiento o sistema de normas jurídicas del país.

Las normas contables también tienen su ordenamiento. El ordenamiento contable esta constituido por el conjunto de las normas contables en sentido amplio. Así tenemos, que los sistemas normativos contables, presentan un marco de conceptos denominado Marco Conceptual, las normas propiamente dichas, las interpretaciones de las normas contables. Por lo señalado, no todo lo contenido en los sistemas normativos está en lenguaje prescriptivo.”

En resumen, podemos concluir que la Contabilidad como disciplina científica tiene por objeto revelar la historia financiera de una unidad económica, para brindar información veraz y útil a sus usuarios. La Contabilidad ha ido evolucionando, haciendo ajustes, sufriendo transformaciones, en un proceso

de investigaciones que aún continúa. En estas condiciones se desarrolla la presente investigación.

### **El Método Contable**

El Método Contable para la valorización del patrimonio de una empresa (en nuestro caso, de las Pymes del Sector Textil de Gamarra) tiene la característica de movilizar el conjunto de conocimientos de la disciplina contable, el método pone en acción los principios, normas, procedimientos, técnicas de la Contabilidad con el fin de valorizar el patrimonio de una empresa.

El conjunto de conocimientos, principios, técnicas, procesos, utilizados por el Método Contable para la valorización del patrimonio de una empresa es el que se imparte en la formación profesional de un contador. La disciplina contable predispone y prepara al profesional contable para la utilización de los conocimientos adquiridos como método de la valorización del patrimonio de las empresas.

Es necesario señalar que si bien existen otros métodos para la valorización del patrimonio de las empresas, la Contabilidad manifiesta un solo método inherente a su disciplina, los otros métodos no son inherentes a la disciplina contable si no a otras disciplinas científicas.

Si el Método Contable para la valorización del patrimonio de una empresa involucra y está en relación con todo el conocimiento de la disciplina contable, es importante fundamentar a la ciencia contable y al método en el ámbito científico.

Para comprender el Método Contable para la valorización del patrimonio de una empresa como el conjunto de conocimientos de la disciplina contable, el Marco Teórico aborda en un primer nivel a la Contabilidad en el ámbito de la ciencia en general, en un segundo nivel aborda la Contabilidad como disciplina científica en su especificidad, y en un tercer nivel expone el Método Contable para la valorización del patrimonio de una empresa en sus secuencias. Finalmente se presente el glosario de términos especializados utilizados en el proyecto.

Conforme la determinación del Método Contable para valorizar el patrimonio de las empresas, en relación al marco científico, la Contabilidad establece:

Que los estados financieros revelan la situación económica y financiera de una empresa, a un momento determinado. Sintetizan las operaciones realizadas por la empresa y sus cambios en el patrimonio, sobre la base de principios, prácticas contables y dispositivos legales y tributarios. Se expresan en la moneda que rige en el país, en consecuencia los valores revelados en dichos estados financieros mantienen los efectos de la inflación.

Presento la exposición resumida del Método Contable, desarrollándolo como un conjunto de secuencias o pasos conducentes al fin de la valorización del Patrimonio de las empresas.

### **2.3.1. Exposición del Método Contable**

**Desarrollo del Método.** El Método Contable se sustenta en los elementos que son inherentes a la ciencia de la Contabilidad como son: el activo, el pasivo, el patrimonio, los ingresos y los gastos.

La esencia de estos elementos se refleja en dos Estados Financieros: el Estado de Situación Financiera, antes llamado Balance General y el Estado de Resultado Integral, antes llamado Estado de Ganancias y Pérdidas, que muestran los hechos económicos que suceden dentro de las empresas

Para que en una operación económica los hechos producidos por una empresa sean considerados elementos de la Contabilidad, como activos, pasivos, ingresos, egresos, etc., tiene que cumplirse la condición que dicha operación económica permita obtener beneficios económicos y que su valor se pueda estimar con fiabilidad.

Por beneficios económicos se entiende las operaciones económicas que realiza la empresa están comprendidas u orientadas al giro del negocio, por ejemplo, cuando uno muestra un activo se entiende que ese activo va a servir a la empresa para obtener beneficios económicos



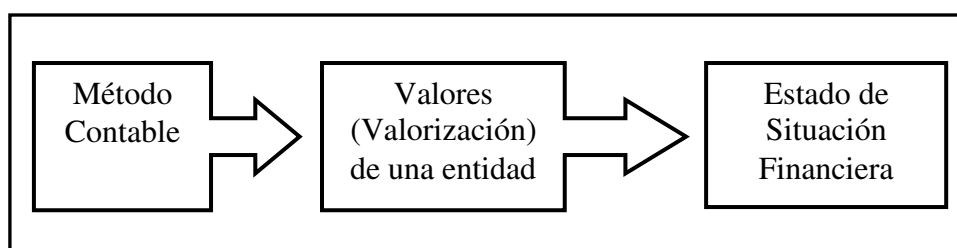
al orientarlo al objetivo central de la empresa, del mismo modo cuando hablamos de pasivos, las obligaciones de la empresa provienen de situaciones orientadas al giro del negocio.

Cualquier otra obligación que no cumpla esta característica el Método Contable no lo muestra como obligación de la empresa.

Cuando se exponen los elementos de ingresos y gastos, y se califican que están orientados a obtener beneficios económicos es por que se ésta determinando su procedencia de ser operaciones propias del giro del negocio. Cualquier otro gasto o ingreso que realice la empresa y no cumpla esta condición, no se mostrará en los conceptos de Contabilidad señalados.

Con la aplicación del Método Contable las operaciones económicas realizadas por la empresa se cuantifican y se muestran en los Estados Financieros anteriormente señalados. De modo particular el Estado de Situación Financiera muestra los tres elementos sustanciales, el activo, pasivo y patrimonio, determinando el valor de la empresa.

El Método Contable, aplicando técnicas de medición o valorización, como procedimientos comprobables, revela el valor de una empresa, el estado financiero donde se muestra el patrimonio valorizado de una empresa es el estado de situación financiera. A continuación se sintetiza lo indicado en el siguiente diagrama: (Ver Figura 5)



*Figura 5. Proceso de aplicación del Método Contable.* Elaborado por el autor.

## **Procedimientos del Método Contable**

**Selección.** Dada la necesidad de valorizar una empresa, partimos de la selección, entre varios métodos o técnicas de medición, del Método Contable.

**Objetivo del Método.** El método seleccionado, permite valorizar la empresa utilizando las políticas contables (principios, métodos, prácticas, técnicas de medición y otros de la contabilidad), señalando si los valores de los diversos rubros, expuestos por el Estado de Situación Financiera, son valorados racionalmente.

Debemos observar que no es absolutamente exacta la valoración (la Contabilidad no es una ciencia exacta) sino dentro de los parámetros en que se desenvuelven los contadores y la actividad empresarial.

Con la utilización del Método Contable, lo alcanzado en el Estado de Situación Financiera refleja el Patrimonio de la entidad.

Por lo expuesto el objetivo del Método Contable, es determinar si el Patrimonio, expuesto en los Estados Financieros y fundado en el Estado de Situación Financiera presenta el valor real que tiene la empresa. Si satisface al propietario ese valor, y si se encuentra dentro de la racionalidad del mercado, entonces, el método ha cumplido su objetivo: Valorizar el patrimonio de una empresa.

**Secuencias del Método Contable.** Cuando una empresa (cliente) demanda al profesional contable para conocer el valor de su patrimonio, utilizando el Método Contable, los pasos a seguir para este objetivo, son los siguientes:

**PRIMERO: Identificar si la empresa cotiza en la bolsa de valores o no cotiza**

Cuando una empresa desea valorizar su patrimonio por el Método Contable se determina la situación en que se encuentra su patrimonio,

a una fecha determinada, es decir, si se encuentra o no cotizando en un mercado bursátil (Bolsa de Valores).

Lo primero, por ello, es identificar si la empresa cotiza en Bolsa y si va a continuar cotizando en Bolsa, si no lo está, si va a cotizar, o reconocer que no cotiza y que no va a cotizar en un mercado bursátil.

Lo indicado es porque conforme el caso, de cotizar o no en una Bolsa de Valores, el Método Contable aplicará técnicas distintas de valorización.

### **SEGUNDO: Si la empresa cotiza en la bolsa de valores**

Cuando la empresa cotiza en Bolsa o determina cotizar en un mercado bursátil, el Método Contable toma en cuenta el entorno que rodea a la empresa, es decir, la: situación económica, la política fiscal, la política tributaria, los convenios bilaterales de estado, la política monetaria, la inflación, la deflación, la situación social, la situación política y otros

Las situaciones señaladas inciden en el patrimonio de la empresa que cotiza en Bolsa, por ello, el Método Contable muestra sus efectos en el patrimonio de la misma.

El Método Contable de medición del valor del patrimonio de una empresa que cotiza en Bolsa se da través de la técnica de medición denominada cotización bursátil, consistente en mostrar el valor de la cotización en el mercado de la bolsa de valores de las acciones de la empresa, valor que se muestra en el patrimonio del Estado de Situación Financiera de la empresa.

### **TERCERO: Si la empresa no cotiza en bolsa**

Se obvia el paso anterior como es el caso de las PYMES del Sector Textil de Gamarra, objeto de nuestra investigación, el procedimiento para la valorización de las empresas, se desarrolla a través de los siguientes pasos:

## **PASO 1:**

Se identifican cada uno de los rubros de los activos, registrados bajo documentos y principios de contabilidad, dándoles su valor histórico.

Los principales rubros son los referidos a cuentas por cobrar, existencias, activos fijos, activos intangibles, inversiones financieras, inversiones inmobiliarias, activos biológicos, y otros activos.

## **PASO 2:**

Una vez identificados los rubros a valorizar, teniendo presente el giro del negocio, se aplican técnicas de medición o valorización en cada uno de los rubros del activo que la empresa mantenga en su Estado de Situación Financiera con el objetivo de compararlo con su valor histórico de forma que muestre la variación en el Estado Financiero referido y su efecto en el patrimonio de la empresa.

Al darse este paso pueden darse dos situaciones: 1) el valor histórico se incrementa o 2) el valor histórico disminuye por efecto de la valorización realizada.

Es importante reconocer en este paso, que el producto de las técnicas de medición o valorización aplicadas tiene relación con el concepto de Valor Razonable.

A continuación señalamos las principales técnicas de medición o valorización para cada rubro del activo:

**Cuentas por cobrar**

Método de tasa efectiva

**Existencias**

Método de valor neto de realización

Índice general de precios, en caso de Inflación

Costo de reposición

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| <b>Activos fijos</b>             | Método de tasación<br>Valor presente<br>Índice general de precios, en caso de inflación   |
| <b>Activos intangibles</b>       | Método de tasación<br>Valor presente<br>Índice general de precios, en caso de inflación   |
| <b>Inversiones financieras</b>   | Método de participación<br>Valor presente de flujos descontados<br>Método de Consolidación<br>Proporcional<br>Índice general de precios, en caso de inflación |
| <b>Inversiones inmobiliarias</b> | Método de tasación<br>Valor presente<br>Índice general de precios, en caso de inflación   |
| <b>Activos biológicos</b>        | Valor razonable<br>Costos estándar.   |

### **PASO 3:**

Se identifican cada uno de los rubros de los pasivos, registrados bajo documentos y principios de contabilidad, dándoles su valor histórico. Los principales rubros son los referidos a cuentas por pagar, obligaciones financieras y provisiones diversas.

#### **PASO 4:**

Con el Método Contable una vez identificados los rubros a valorizar, en base al giro del negocio, se aplica las técnicas de medición o valorización en cada uno de los rubros del pasivo que la empresa mantenga en su Estado de Situación Financiera, con el objetivo de compararlo con su valor histórico de forma que muestre la variación en el Estado Financiero referido y su efecto en el patrimonio de la empresa.

En este caso puede darse dos situaciones, 1) el valor histórico se incremente o 2) el valor histórico disminuya por efecto de la valorización realizada.

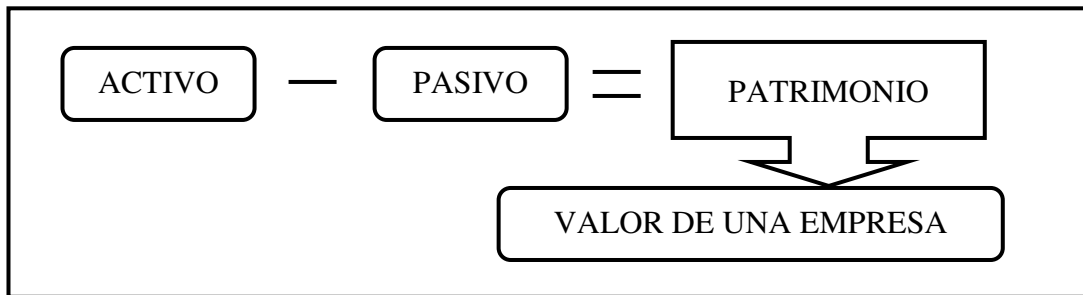
Es importante tener en cuenta en este paso, las técnicas de medición o valorización que son aplicadas en relación con el concepto de Valor Razonable.

A continuación señalamos las principales técnicas de medición o valorización para cada rubro del pasivo:

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <b>Cuentas por pagar</b>        | Método de Tasa efectiva  |
| <b>Obligaciones financieras</b> | Método de Tasa efectiva<br>Método de participación<br>Valor presente |
| <b>Provisiones</b>              | Métodos actuariales.   |

#### **PASO 5:**

Dados los pasos expuestos, se da el último paso, que viene a ser el de formular el Estado de Situación Financiera en el Sistema Contable, lo que permitirá determinar el Patrimonio de la Empresa, como resultado de establecer el Activo – Pasivo = Patrimonio. A continuación se expone lo indicado en el siguiente diagrama:



*Figura 6. Ecuación contable que determina el patrimonio de una empresa.* Elaborado por el autor.

### **Comentario**

La ciencia de la Contabilidad sustenta el Método Contable con sus principios, en el mundo de hoy se dan dos modelos contables: las Normas Internacionales de Información Financiera – NIIF y los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados Americanos - US GAAP.

Ambos modelos se sustentan en principios siendo uno de ellos el de prudencia, que indica: cuando existe un hecho económico cuyo efecto no se conoce a ciencia cierta, por la incertidumbre que ocasiona, debe ser revelado únicamente en las notas a los estados financieros. Por el mismo principio de prudencia se establece que cuando un hecho económico tiene dos valores, el valor de costo y el valor de mercado, la norma señala que debe tomarse el valor menor de los dos. Por esta situación el Método Contable indica que sí el valor de mercado es mayor no debería de mostrarse ese valor en la contabilidad patrimonial sino el menor valor del hecho económico, sin embargo, se ha ido modificando esta situación a través del tiempo, a la fecha, hechos económicos importantes que se encontrarían con dos valores (el valor de costo y el valor de mercado) pueden ser registrados al mayor valor de ellos tomando en cuenta el valor razonable de los mismos. Podemos citar el caso de los activos fijos, intangibles e inversiones financieras.

## 2.3.2. Otros Métodos para Valuar una Empresa en Marcha

### Valor bursátil

Las Bolsas de Valores en el Perú son muy poco representativas, pues el mercado está lejos de lo que debería ser perfecto. Muy contadas personas con capacidad económica y con información privilegiada manejan los precios de las acciones de acuerdo a sus expectativas con las llamadas operaciones cruzadas.

### Flujo de utilidades descontadas

Se toma la proyección de utilidades de la empresa en unos períodos determinados y se traen a un valor presente neto.

$$P = \sum^n \frac{Un}{(1+k)^n}$$

P = Valor a calcular

U = Utilidades Proyectadas

K = tasa de descuento

N = Periodo de tiempo

Es más apropiada su aplicación para empresas que realizan sus operaciones al contado.

### Flujos de caja descontados

Se hace una proyección del flujo de fondos por un período determinado y se descuenta o se trae a un valor presente neto.

$$P = \sum^n \frac{Ft}{(1+k)^n}$$

P = Valor a calcular



$F_t$  = Flujo neto proyectado

$k$  = Tasa de descuento = Periodo de tiempo

Obedece a la marcada tendencia de las finanzas a utilizar los flujos de cada periodo de tiempo como un método de valuación.

### **Valor de mercado**

Se aplica básicamente en empresas que se encuentran en liquidación. Tiene un inconveniente, que los bienes pierden su valor, cuando la empresa se encuentra en esa etapa.

### **Enfoque de creación de costo**

A veces las compañías o las personas compran una empresa sólo para evitar las dificultades de empezar desde cero. El comprador calcula el precio en base a los costos de su proyecto de organizar personal, obtener licencias, compra de activos fijos y el desarrollo de activos intangibles, como marcas, contratos, etc. Además le sumaría una pequeña prima por el esfuerzo y el tiempo que se está ahorrando

### **Valor de activos específicos intangibles**

En ocasiones es el único enfoque que se revisa en una venta. Significa que es preferible comprar el activo intangible que crearlo. Una aplicación común de este método es la adquisición de una base de clientes. Esto sucede en industrias como compañías de seguros, agencias de publicidad, servicios de pago de sueldos, entre otros.

## **2.4. Marco Legal**

### **2.4.1. Marco Legal en relación al Sector Textil de Gamarra**

Para determinar el universo y características de la PYME es importante tener en presente la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (Promulgada el 3 de Julio del 2003), así como el Decreto Supremo N°007-2008-TR (promulgado el 30 de

setiembre de 2008) referido al texto único ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente, Ley Mype. En dicha norma se establece en el artículo cuatro, acerca de la definición de la micro y pequeña empresa, lo siguiente: "la micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicio".

La Ley 30056 (promulgada el 02.07.2013), ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, en su artículo 11 indica las características de las micro, pequeñas y medianas empresas estableciendo límites para cada una de ellas sobre la base de las ventas anuales que realicen.

#### **2.4.2. Marco Legal en relación a la Profesión Contable**

La ley 28951 "Ley de actualización de la Ley N° 13253, de Profesionalización del Contador Público y de creación de los Colegios de Contadores Públicos", publicada en el diario El Peruano el 16 de enero de 2007, que es la que permite al Contador Público ejercer su profesión, nos sirve de marco legal para el presente proyecto. El artículo tres de esta norma nos señala las competencias del contador público.

### **2.5. NORMAS TRIBUTARIAS**

#### **2.5.1. Ley del Impuesto a la Renta**

El texto único ordenado de la Ley del Impuesto a la renta, aprobado por el decreto supremo N°179-2004-EF (publicado el 8.12.2004 y actualizado el 15.03.2007), define las actividades que califican como

rentas de tercera categoría, dentro de las cuales incluye las actividades empresariales y como las Mypes y Pymes realizan las actividades señaladas, se puede concluir que estas se constituyen como personas jurídicas sujetas del impuesto y por lo tanto se encuentran afectas al pago del mismo por las actividades que desarrollen.

### **2.5.2. El Impuesto Temporal a los Activos Netos (ITAN)**

Es un impuesto al patrimonio que grava los activos netos como manifestación de capacidad contributiva. Puede utilizarse como crédito contra los pagos a cuenta y de regularización del impuesto a la renta.

### **III**

## **METODOLOGÍA**

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Enfoque Metodológico

*La presente Tesis “Vigencia del Método Contable para Valorizar el Patrimonio de las Empresas – Sector Textil Gamarra, Lima – Perú 2011-2014” ha sido efectuada bajo el Enfoque Metodológico Deductivo-Cuantitativo, cuya esencia desde el inicio sitúa al objeto frente al sujeto. El objeto de investigación, el Sector Textil de Gamarra y el Método Contable, existen independientemente del sujeto cognoscente, como fenómeno objetivo, conteniendo propiedades o características inherentes a su naturaleza.*

*La presente investigación que se realizó con este enfoque metodológico, ha tenido que realizar un proceso, o procedimientos necesarios al enfoque, como han sido la elaboración de un marco teórico, la formulación de hipótesis y la utilización del método estadístico inferencial para el tratamiento de la información destinada a la concreción de los Objetivos y la contrastación o comprobación de la hipótesis de Investigación.*

##### 3.1.1. Diseño de la Investigación:

###### **Alcance de la Investigación:**

Los niveles que logra la investigación son en primer lugar el **descriptivo**. La Tesis logra desarrollar este nivel en el Capítulo I al describir la historia, estructuras, propiedades, problemas del Sector Textil de Gamarra, y en el Capítulo II al describir el Método Contable para valorizar el patrimonio de las empresas.

Del nivel descriptivo, se logró alcanzar un segundo y tercer nivel de carácter **correlativo-causal**, en la formulación de los objetivos de la

investigación, la formulación de las hipótesis, en el Capítulo I y III, consolidándose estos niveles cuando la investigación alcanza los objetivos planteados y logra comprobar la hipótesis planteada en el Capítulo IV de la Tesis.

#### **Tipo de Investigación:**

La investigación realizada “Vigencia del Método Contable para Valorizar el Patrimonio de las Empresas – Sector Textil Gamarra, Lima – Perú 2011-2014” es de **tipo no experimental**, que se dio por el tratamiento dado al objeto, en el proceso de recolección de la información, con la aplicación del Instrumento, en el trabajo de campo, manteniendo intacto el objeto, sin producir alteraciones en su contenido, como se expone en los resultados, Capítulo IV.

La investigación se realizó sin hacer experimentos en el objeto, sin un programa experimental donde se induzcan cambios en la variable dependiente.

#### **Clase de Investigación**

Por los objetivos de la investigación y la hipótesis presentada no fue necesario la realización de una investigación longitudinal o de carácter histórico, la clase de investigación **transversal o transeccional** fue suficiente para demostrar y comprobar la vigencia del Método Contable para la valorización del patrimonio de las empresas del emporio textil de Gamarra.

### **3.2. El método de la investigación**

*Conforme el enfoque deductivo cuantitativo adoptado para desarrollar la investigación, el método utilizado para obtener la información del Objeto fue el **Estadístico inferencial**.*

*Para efectos de la utilización de este método se determinó una población para la investigación y se obtuvo una muestra de la población, correspondientes al Sector Textil de Gamarra, Lima Perú.*

### **Población de Estudio**

La población o universo sobre el que recae la investigación lo constituyen las **12,000 empresas textiles del sector de Gamarra – Lima – Perú**, ubicadas en 162 galerías en un radio de 20 manzanas, cuyas características son el estar legalmente constituidas, llevar los libros de Contabilidad y estimar su Impuesto a la Renta.

### **Unidad de Análisis**

La unidad de análisis de la presente investigación lo constituye **la Pyme perteneciente al emporio textil de Gamarra, Lima-Perú**; cada Pyme perteneciente al sector contiene las propiedades, cualidades e información que requiere la investigación. Siendo el propietario de la Pyme el sujeto indicado para proporcionar la información sobre la utilización del Método Contable para valorar el patrimonio de su empresa.

### **Muestra**

La investigación requirió de una muestra, dado el número de unidades económicas comprendidas en la población de las empresas textiles de Gamarra, pues resulta muy difícil asumirlas a todas para efectos de la aplicación de los instrumentos y su análisis respectivo.

Se hizo necesario tomar (hacer) una muestra de esta población. El Tipo de muestra requerida para la presente investigación es **probabilística**, es decir, que todas las unidades de análisis tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de la muestra

### **Tamaño de Muestra**

Siendo el **Marco Muestral el listado de las 162 galerías** del emporio comercial de gamarra, en un radio de 20 cuadras y debidamente ordenadas geográficamente de norte a sur, en la cual en cada galería se seleccionó las unidades de análisis respectivas (Anexo 2).

## **Diseño Muestral**

### **Emporio Comercial de Gamarra**

**Fórmula estadística:** La fórmula estadística para determinar el tamaño de la muestra es la siguiente:

$$n' = \frac{s^2}{V^2}$$

Dónde:

$n'$  = tamaño de la muestra sin ajustar

$s^2$  = varianza de la muestra

$V^2$  = varianza de la población

$$n = \frac{n'}{1 + \frac{n'}{N}}$$

Dónde:

$n$  = tamaño de la muestra

$N$  = tamaño de la población

### **Tamaños de Muestras con diferentes errores permitidos**

Nivel de confianza: 95%.

Cobertura: Empório Comercial de Gamarra

Procedimiento de muestreo:



Bietápico, con selección sistemática de las unidades primarias (galerías) y de las unidades secundarias (PYMES)

**Cuadro 1. Numero+6 de puestos muestreados por galería = 5**

|  |        |        |        |        |        |        |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Margen de error                        | ± 5,0% | ± 4,5% | ± 4,0% | ± 3,5% | ± 3,0% | ± 2,5% |
| Número de galerías seleccionadas       | 60     | 68     | 78     | 89     | 101    | 114    |
| Número de puestos muestreados en total | 300    | 340    | 390    | 445    | 505    | 570    |

### **Selección de la Muestra**

Definida la población, sus características y también el tamaño de la muestra, el número de galerías y de unidades que integrarán la muestra, se procedió a la selección de los componentes de la muestra con la técnica de utilizar tablas de números aleatorios (Anexo 3).

### **3.3. Hipótesis de la Investigación**

*En base al Marco Teórico formulado en el Capítulo II, conforme la exigencia del enfoque metodológico Deductivo-cuantitativo, se ha elaborado (deducida) la siguiente **Hipótesis de Investigación**:*

***La vigencia y utilización del Método Contable permite la valorización del patrimonio de las empresas del Sector Textil de Gamarra, si se tiene en cuenta los incrementos o disminuciones del valor del patrimonio como efecto del valor de los intangibles y de los dispositivos legales y tributarios. (H<sub>i</sub>)***

### **Variables de la Hipótesis:**

La formulación conceptual de las variables de la H<sub>i</sub> se conforman estructurándose con las siguientes variables:

- a. Vigencia del Método Contable
- b. Valorización del patrimonio de las empresas del Sector Textil de Gamarra.
- c. Intangibles que incrementan o disminuyen el valor.
- d. Dispositivos legales y tributarios que afectan la valorización del patrimonio.

Estas variables se definen conceptualmente:

#### **a. El Método Contable**

Es el procedimiento determinado por la Ciencia Contable, con sus principios y técnicas, con la finalidad de hacer los Balances Generales, o los Estados Financieros de una Unidad Económica. Este método como se expone en el Marco Teórico, permite valorizar el patrimonio de una empresa, aplicando la fórmula:

$$\text{ACTIVO} - \text{PASIVO} = \text{PATRIMONIO}$$

#### **b. Valorización del Patrimonio**

En la presente investigación es el resultado de la utilización del Método Contable, valor que se traduce en una cifra monetaria.

#### **c. Intangible**

Para efectos de la ciencia contable son definidos en la NIC 38 como:

“Un activo intangible es un activo identificable de carácter no monetario y sin sustancia física que puede ser utilizado en la producción o en el suministro de bienes y servicios, para ser arrendado a terceros o para fines administrativos”

Un activo intangible puede ser reconocido cuando:

- Sea probable que los beneficios económicos futuros que son atribuibles al activo fluirán a la empresa, y
- Si el costo del activo puede ser medido confiablemente.

#### **d. Normas tributarias relativas a la valorización del patrimonio**

##### **Impuesto a la Renta – IR**

Recurso que se obtiene de gravar las rentas de capital, del trabajo y de la aplicación conjunta de ambos factores que provengan de una fuente durable y susceptible de generar ingresos periódicos, así como de las ganancias y de los beneficios obtenidos por los sujetos señalados por la Ley.

El Impuesto a la Renta de Tercera Categoría grava la renta obtenida por la realización de actividades empresariales que desarrollan las personas naturales y jurídicas. Generalmente estas rentas se producen por la participación conjunta de la inversión del capital y el trabajo.

##### **El Impuesto Temporal a los Activos Netos - ITAN**

Es un impuesto al patrimonio, que grava los activos netos como manifestación de capacidad contributiva. Puede utilizarse como crédito contra los pagos a cuenta y de regularización del Impuesto a la Renta.

#### **Identificación de Variables**

En el contenido de la Hipótesis de Investigación formulada: **La vigencia y utilización del Método Contable permite la valorización del patrimonio de las empresas del Sector Textil de Gamarra, si se tiene en cuenta los incrementos o disminuciones del valor del patrimonio como efecto del**

**valor de los intangibles y de los dispositivos legales y tributarios.** ( $H_i$ ), se logró identificar una variable dependiente  $Y$ , una variable independiente  $X$  y dos variables intervinientes  $Z_1$  y  $Z_2$ .

### **Variable dependiente (Y)**

Valorización del patrimonio de las empresas del Sector Textil de Gamarra ( $Y$ )

### **Variable independiente (X)**

Vigencia y utilización del Método Contable ( $X$ ).

### **Variable interviniente (Z)**

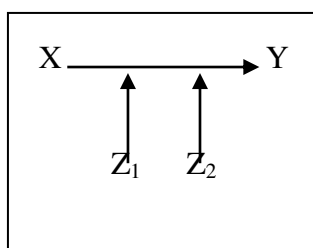
Intangibles que incrementan o disminuyen el valor ( $Z_1$ )

Normas tributarias ( $Z_2$ )

### **Operacionalización de las Variables**

La  $H_i$  formulada se volvió a plantear con la operacionalización de sus variables como:

La vigencia del Método Contable ( $X$ ) permite la valorización del patrimonio de las empresas del Sector Textil de Gamarra ( $Y$ ), siempre que se tenga en cuenta los intangibles ( $Z_1$ ) y las normas tributarias ( $Z_2$ ).



**Figura 7:** Operacionalización de las variables

### 3.4. Matriz de Consistencia

| Problema General   | Objetivo General  | Hipótesis General   | Variables de la $H_i$  | Indicadores   |
|--|---|---|--|---|
| ¿Está vigente el Método Contable para la valorización del patrimonio de las Pymes y cuáles son sus ventajas, limitaciones y problemas?   | Conocer si está vigente el Método Contable para la valorización del patrimonio de las Pymes, sus ventajas, limitaciones y problemas.  |   | <b>Variable independiente (X)</b><br>Vigencia y utilización del Método Contable (X).   | 1. Método contable para la valorización del patrimonio de las Pymes de Gamarra.   |
| <b>Problema Específico</b>   | <b>Objetivo Específico</b>  |   |  |   |
| <b>a)</b> ¿Los propietarios de las Pymes del Sector Textil de Gamarra, para vender sus empresas, utilizarían el Método Contable para la valorización de sus patrimonios? ¿Qué otros métodos utilizarían? | <b>a)</b> Conocer y determinar si los propietarios de las pymes del Sector Textil de Gamarra utilizarían el Método Contable de valorización del patrimonio de las empresas en el supuesto de la venta de las mismas.                  | La vigencia y utilización del Método Contable permite la valorización del patrimonio de las empresas del Sector   | <b>Variable dependiente (Y)</b><br>Valorización del patrimonio de las empresas del Sector Textil de Gamarra (Y)                  | 2. Requerimiento del propietario de la Pyme de Gamarra, del profesional contable (CPC) para la valorización del patrimonio de la empresa. |
| <b>b)</b> ¿Los intangibles como marca, patente y otros, que elevan el valor de las Pymes del Sector Textil de Gamarra, son considerados por el Método Contable para la valorización de sus patrimonios?  | <b>b)</b> Determinar y conocer si los intangibles como marca, patente y otros, elevan el valor de las pymes del Sector Textil de Gamarra y si son consideradas por el Método Contable en la valorización del patrimonio de las Pymes. | Textil de Gamarra, si se tiene en cuenta los incrementos o disminuciones del valor del patrimonio como efecto del valor de los intangibles y de los dispositivos legales y tributarios. | <b>Variable interviniente (Z)</b><br>Intangibles que incrementan o disminuyen el valor ( $Z_1$ )<br>Normas tributarias ( $Z_2$ ) | 3. Intangibles  |
| <b>c)</b> ¿En qué grado utilizarían el Método Contable para la valorización del patrimonio de las empresas los propietarios del Sector Textil de Gamarra?  | <b>c)</b> Conocer la predisposición y aceptación de los propietarios de las Pymes del Sector Textil de Gamarra para la utilización del Método Contable en la valorización del patrimonio de sus empresas en el supuesto de su venta.  |   |  | 4. Tributos   |

### **3.5. Instrumento de Investigación**

#### **Metodología Utilizada:**

La presente Investigación, “Vigencia del Método Contable para Valorizar el Patrimonio de las Empresas – Sector Textil Gamarra, Lima – Perú 2011-2014” conforme los objetivos y la hipótesis planteada, y el diseño de investigación establecido se construyó el instrumento destinado a la recolección de la información requerida.

De este modo la investigación teniendo en cuenta su diseño no experimental, transeccional, de alcance correlativo causal, utilizando el método estadístico se procedió a construir un instrumento de estructura de preguntas cerradas.

#### **Técnicas de Recolección de Datos:**

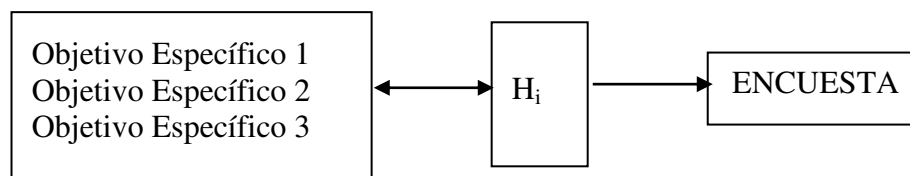
Teniendo presente que el Método Contable para la valorización del patrimonio de una empresa constituye un instrumento de la disciplina contable (ver marco teórico), y que por su formación profesional todo Contador Público Colegiado está en condiciones de aplicarlo para el fin requerido, en nuestro caso lo que la investigación requiere es conocer si el propietario de la Pyme de Gamarra lo requiere a fin de establecer su vigencia.

#### **Encuesta:**

Acercas del enfoque cuantitativo, para obtener la información que permita medir las variables, en función de los objetivos y de las hipótesis de la investigación, se ha seleccionado un instrumento de recolección de datos.

Se ha elaborado un instrumento (encuesta) conformado por una batería de preguntas con una estructura cerrada (Anexo 4), para obtener respuestas alternativas (Si o No), de elección entre alternativas y de escala.

Este instrumento se ha elaborado teniendo por base las correlaciones entre objetivos específicos e hipótesis de la investigación, partiendo del supuesto que se obtendrán datos duros de las unidades de análisis de la muestra.



**Figura 8:** Correlación de objetivos específicos e hipótesis

## **Validez y Confiabilidad del Instrumento**

### **Validación del Instrumento**

El instrumento ha sido elaborado con la técnica de las correlaciones, a continuación se pasa a su validación en los niveles respectivos:

**Validez de Contenido:** Se establece en razón de que el instrumento se ha elaborado en función de las empresas textiles de Gamarra, como unidades de análisis, para recoger información sobre la valorización de su patrimonio, es decir, para medir el grado de utilización del Método Contable.

**Validez de Criterio:** Asimismo, se ha establecido la validez de criterio, comparando el instrumento con similares, con los que se han obtenido los resultados esperados.

**Validez de Constructo:** Por ser el más importante, lo hemos establecido teniendo en cuenta el enfoque cuantitativo, a partir del marco teórico, la definición de las variables, de la hipótesis, de manera que responda a los principios y normas de la ciencia contable en relación con la valorización del patrimonio de las empresas.

### **Confiabilidad del Instrumento**

Teniendo presente que es imposible que un instrumento de medición sea perfecto, se tendrá en cuenta la fórmula  $x = t + e$ , donde  $x$  represente los valores observados,  $t$  los valores verdaderos y  $e$  el grado de error en la

medición. Si no hubiera errores sería  $x = t$ , pero eso sólo es ideal, por tanto, es importante que  $(e)$ , se reduzca al mínimo. Para calcular la confiabilidad del instrumento, entre 0 y 1, se utilizará el método de mitades partidas (split-halves).

### **Codificación de los Datos**

En la medida que se van realizar análisis estadísticos-probabilísticas, se requiere la codificación de las respuestas dadas a las preguntas contenidas en el instrumento.

En la encuesta, por contener preguntas de estructura cerrada, se hace una codificación a priori, o una precodificación, asignando un valor numérico a las respuestas, a las preguntas disyuntivas SI y NO, se asignara 1 y 0 respectivamente, cuando son de escala, 0, 1, 2, 3, 4.

### **Validez y Confiabilidad de las Mediciones**

La validez y confiabilidad del instrumento esta en relación directa con la validez y confiabilidad de las mediciones. En la presente investigación, se medirá el grado de utilización del Método Contable, en porcentajes, con las encuestas.

Correlacionando la validez del instrumento con la medición, corresponden a las evidencias de contenido, criterio y constructo, de la misma manera la confiabilidad del instrumento corresponde a la medición.

### **Base o Archivo de Datos**

Se ha creado una base de datos teniendo en cuenta las fuentes de información:

- a. Los datos obtenidos por la aplicación del instrumento, por tener el carácter de fuentes primarias, se han almacenado en archivos anillados; las encuestas, el procesamiento de los datos, como sus resultados se conservan en medios informáticos y en forma tangible, en impresiones anilladas, con sus respectivas etiquetas.



- b. Los datos obtenidos de fuentes secundarias o terciarias, provenientes de la investigación bibliográfica, hemerográfica u obtenidos vía Internet, se han archivado tanto en medios informáticos como impresos.

### **Selección de las Mediciones y Pruebas Estadísticas**

Por el enfoque cuantitativo, que condiciona la elaboración del marco teórico, la formulación de hipótesis, y la construcción del Instrumento, con preguntas precodificadas, para la contrastación de las hipótesis y el logro de los objetivos específicos, se han efectuado cálculos y razonamientos inherentes a la Estadística Inferencial, sobre la base de los resultados obtenidos de los procesamientos de los datos. La estadística inferencial nos permitirá medir la utilización del Método Contable en el sector empresarial textil de Gamarra, así, se podrá contrastar las hipótesis y determinar si se han alcanzado los objetivos específicos.

### **Análisis e Interpretación de la Información**

Con la finalidad de analizar e interpretar los resultados estadísticos obtenidos, se ha previsto un programa de análisis de las variables, en función de los objetivos planteados y las hipótesis.

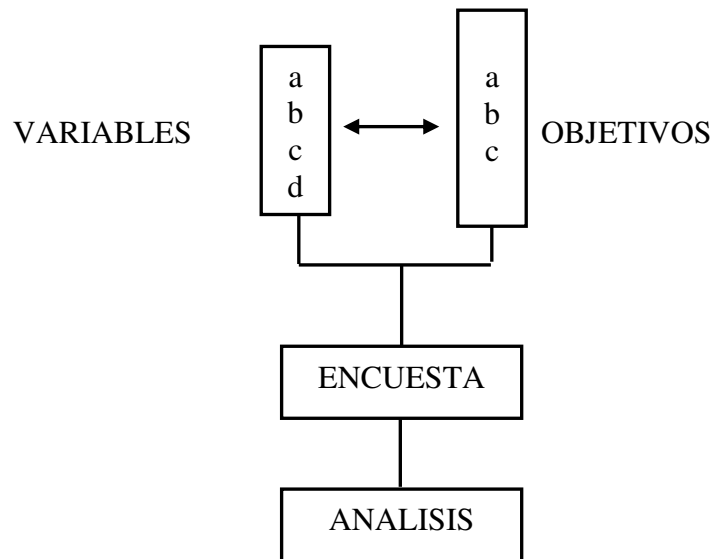
Tomando en cuenta que las variables identificadas en las hipótesis también se hallan en los objetivos (interrogantes) y, han sido conceptualizadas en el marco teórico, y además, que las variables están en correlación con los instrumentos construidos, se han previsto los siguientes pasos para poder, contrastar las hipótesis y lograr los objetivos:

#### **PASO 1: Variables de la investigación**

- a) Método Contable para la valorización
- b) Valorización del patrimonio de las empresas (Sector Textil de Gamarra)
- c) Intangibles que intervienen en la valorización
- d) Normas tributarias relativas a la valorización.

## PASO 2: Las variables en relación a los objetivos y al instrumento

Las variables a, b, c, d se encuentran en correlación con los objetivos a, b, c, en relación con el instrumento de la encuesta, por tanto, los resultados obtenidos con este instrumento nos permitirán determinar si hemos alcanzado los objetivos específicos.



**Figura 9:** Correlación de variables, objetivos y encuesta.

## PASO 3: Las variables en relación a la hipótesis de investigación y al instrumento

Para hacer un programa de análisis en función de la hipótesis de investigación es necesario plantearla con las estructuras de variables, tal como se hizo en la operacionalización de las variables.



**Figura 10:** Contrastación de la hipótesis

### **Dificultad Presentada**

Toda investigación se desarrolla superando problemas, la principal dificultad de la presente investigación es:

### **Del Sector Textil de Gamarra**

La aplicación del instrumento (encuesta) ha sido muy difícil en el Sector Textil de Gamarra, por ser una zona de intensa actividad económica. Se ha superado esta limitación con una encuesta, de estructura cerrada administrada en forma directa en un tiempo de dos minutos por PYME.

**IV**  
**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

## **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

*Realizado el trabajo de campo con la aplicación del Instrumento de la encuesta a la muestra de la población de las Pymes del Sector Textil de Gamarra, y procesada la información obtenida, pasamos al presente capítulo.*

### **4.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados**

*La investigación se ha realizado utilizando la aplicación del instrumento de la encuesta realizada a la muestra de la población del Sector Textil de Gamarra, procesado los datos obtenidos, por el Programa Estadístico SPSS, y organizado los contenidos, a continuación pasamos al análisis, interpretación y discusión de los resultados obtenidos.*

#### **4.1.1. Análisis de los Resultados**

##### **a. Análisis de los resultados en función a los objetivos**

Los objetivos propuestos en la investigación son de dos clases, uno general y el otro específico. La primera clase de objetivo se dirige al Método Contable para la Valorización de Patrimonio de las empresas PYMES, por ser tal, es general, es aplicable no sólo a un sector sino al universo de las PYMES. Los objetivos específicos son concretos, fácticos, exclusivamente dirigidos al sector Textil del Empresario de Gamarra. Ambos objetivos, con la aplicación de los instrumentos, acorde a su naturaleza, han sido presentados en sus resultados. Pasamos a su análisis

##### **Análisis del objetivo general de la investigación**

La investigación sobre el tema se planteó alcanzar el siguiente objetivo general:

**“Conocer si está vigente el Método Contable para la valorización del patrimonio de las PYMES, sus ventajas, limitaciones y problemas”.**

### **Análisis sobre la vigencia del Método Contable**

El Objetivo General de conocer si está vigente el Método Contable, se concreta en forma relativa, no absoluta, por medio de los objetivos específicos y la prueba de la hipótesis de la investigación. La vigencia relativa del Método Contable comprobable es en relación al sector Pyme de Gamarra. Sobre otros universos o poblaciones, no abarcadas en forma fáctica por la presente investigación no se puede ni se debe plantear la vigencia del Método Contable como verdad comprobable.

### **Análisis de las ventajas del Método Contable**

El alcance del Método Contable y sus resultados se consignan a continuación. Para tal efecto se han establecido 5 ventajas del método: demanda, criterio de valor, metodología, valor referencial para otros métodos, valor referencial para el mercado. En esta parte, vamos a analizar cada una de estas ventajas.

#### **Demanda**

Entre todos los métodos, para la Valorización del Patrimonio de las empresas, y, antes de utilizarse otro método, con este fin, prevalece el Método Contable, inherente a la Ciencia Contable, su empleo es general.

Este aspecto quedó confirmado en la investigación con los resultados del Sector Empresarial de Gamarra. También, con las entrevistas realizadas a los CPC expertos en PYMES.

El Contador Público, con sus conocimientos, participa en el nacimiento, en el desarrollo y crecimiento, y finalmente en la venta o liquidación, de una empresa. Y es para su venta o liquidación donde el Método Contable para valorizar su patrimonio, está vigente y prevalece. Este aspecto es una ventaja comprobable, constantemente, del Método Contable frente a otros.

### **Criterio de Valor (Valorización)**

Una de las ventajas del Método Contable, es el criterio por determinar el valor o la utilización de los diferentes aspectos que conforman el patrimonio de una empresa, en el método se consigna todos los documentos, hechos económicos, legales, que corresponden a la totalidad de elementos del patrimonio de una empresa.

Por este criterio, a diferencia de los otros métodos, su resultado está sujeto a ser demostrado o comprobado, para su rectificación o confirmación. Así, por este criterio de valor, el método da lugar a su verificación a través de la auditoría, en casos necesarios.

### **Metodología**

Una ventaja del Método Contable, reconocida por los expertos, es la metodología, el carácter de sus procedimientos. El Método Contable, a su vez, contiene un conjunto de métodos y técnicas, basados en Principios Contables, que, en su accionar o en su aplicación, comprometen a todos los sistemas de la Contabilidad.

Esta ventaja convierte al Método Contable, en un paradigma (resultado del paradigma de la Contabilidad), es decir, un modelo o patrón para la solución de enigmas, en el caso del método, de la valorización del patrimonio de una empresa.

### **Valor Referencial para otros Métodos**

Es una ventaja para el Método Contable, como lo confirma la visión literaria sobre el tema, que se considere como un valor referencial, a tener en cuenta, por los otros métodos de valorización del patrimonio de las empresas.

Esta ventaja, hace que el Método Contable, una necesidad, o un prerrequisito, casi obligatorio, para toda valorización con otros métodos.

### **Valor Referencial para el Mercado**

Es una ventaja del Método Contable, el hecho: Cuando una empresa va a ser vendida o comprada en el mercado, donde se da la oferta y la demanda, para establecer el precio razonable de la empresa, tanto el comprador como el vendedor, requiere de la valorización del patrimonio de la empresa efectuado por el Profesional Contable, mediante el Método Contable. Sobre la base de la valorización efectuada, el precio de la empresa oscilará en el mercado (más o menos) hasta concretarse la transacción económica correspondiente.

Esta demanda del Método Contable para la venta – compra de empresas, es una ventaja por hacer del método una necesidad o un procedimiento obligatorio.

### **Análisis de las limitaciones del Método Contable**

Se han determinado cinco limitaciones o desventajas: Exposición del método, tiempo, criterio de valor, valores no consignados y competencia. Sobre estas desventajas es conveniente realizar el análisis correspondiente:

#### **Exposición del Método**

La falta de una exposición en un tratado, o en un manual de procedimiento, del Método Contable para la valorización del patrimonio de las empresas, es la primera desventaja o limitación



constatada y reconocida por los expertos y académicos de la Contabilidad.

Desde los antecedentes de la investigación, planteada hace 8 años, la revisión literaria de entonces constata este hecho, y al hacerse una nueva revisión literaria, en el 2014 se vuelve a comprobar la limitación señalada.

### **Tiempo**

El carácter histórico del Método Contable, por sustentarse en hechos económicos, legales está dirigido al pasado, a consignar la historia de la empresa, de sus movimientos. Si bien el método conduce a la valorización del patrimonio de las empresas en el presente, haciendo las correcciones o rectificaciones en relación al factor tiempo, sin embargo, es una desventaja o limitación en una economía moderna basada en la velocidad, en la innovación constante cuyos efectos son la explosiva obsolescencia o desvalorización de los bienes del patrimonio de las empresas.

### **Criterio de Valor**

Si bien es una ventaja el criterio de valor del Método Contable también, en determinados casos, se convierte en una desventaja o en un problema. Esto ocurre cuando los propietarios, en complicidad con el Contador, o bajo presión al profesional, alteran, falsifican o crean documentos que no tienen sustento o base real, lo cual altera de esta manera (aumentando o disminuyendo según los intereses creados) la valorización del patrimonio de una empresa.

### **Valores no consignados**

Otra desventaja del Método Contable es el no poder consignar la totalidad de valores de carácter intangible en una empresa. A pesar de los adelantos de la contabilidad en este aspecto, aún no es posible consignar un conjunto de intangibles por

procedimientos contables en el Método Contable, quedando sin ser valorizados en el patrimonio de una empresa.

La economía moderna está dominada por los intangibles, capaces de crear o destruir valor, de ahí es una desventaja del Método Contable el no poder valorizarlos en su conjunto.

### **Competencia**

El Método Contable para la valorización de las empresas no es el único, siendo referencial para los otros métodos, en el mercado se están aplicando otros métodos con el mismo fin.

La competencia de métodos se convierte en una desventaja para el Método Contable para la valorización del patrimonio de una empresa, por su relativa lentitud en los procesos para modificar o crear sus normas en los Organismos Internacionales Contables. Por esta forma de desarrollo de la Normatividad Contable, se encuentra en desventaja frente a los otros métodos. La valorización de las empresas realizadas por otros métodos tiene la ventaja de construir sus instrumentos de medición sin la limitación inherente al Método Contable, con mayor libertad y en base a otros principios científicos.

Las posibilidades de superar estas limitaciones del Método Contable se debe condicionar o están acordes al mecanismo de la Profesión Contable para desarrollar su normatividad, así las posibilidades están comprendidas en el avance de la Normatividad Contable Internacional y de su aplicación a los casos prácticos.

### **Análisis de los objetivos específicos de la investigación**

#### **Análisis de los resultados en relación al objetivo específico(a):**

La investigación se planteó alcanzar como primer objetivo específico:

**“Conocer y determinar si los propietarios de las pymes del Sector Textil de Gamarra utilizarían el Método Contable de valorización del patrimonio de las empresas en el supuesto de la venta de las mismas”.**

La presentación de los resultados en relación al objetivo específico (a) se expone con el cuadro estadístico correspondiente. Conforme el carácter fáctico de los resultados se desarrolla su análisis, a partir del siguiente cuadro relativo al objetivo:



**Gráfico 1:** Grado de utilización del Método Contable

Conforme el carácter fáctico de los resultados se desarrolla su análisis:

En el cuadro presentado, su resultado es de un 84% de respuestas, de la muestra, afirmativo respecto a “tener presente como precio referencial al valor contable realizado por el Contador”, siendo el 16% de respuestas negativas.

Por el enfoque metodológico, Deductivo–Cuantitativo, la investigación ha recogido datos duros, cuantificables en su procesamiento, de la realidad; en nuestro caso del Sector empresarial Textil de Gamarra. Estos datos son estadísticos inferenciales. De la muestra se deduce a la población con un 95% de validez.

Se parte de la posibilidad de las ventas de las empresas del Sector Textil de Gamarra, no del hecho real de las ventas, para la valorización del patrimonio de estas empresas y la determinación de su precio. Con este criterio se formula la pregunta correspondiente.

Las respuestas son favorables al Método Contable, sin embargo, no significa que el 84% del Sector Textil utilizan el Método Contable en la valorización del patrimonio de sus empresas y el 16% no lo hacen, sino, que el 84% utilizaría (posibilidad real) el método en el caso de darse la venta de estas empresas.

Por la tendencia, mayoritaria, dominante el grado de utilización del Método Contable para la valorización de las empresas en Gamarra, es en término de posibilidad, condicional, dominante. Por tanto se cumple el objetivo (a) de la investigación.

La presentación de los resultados en relación al objetivo específico a) se refuerza con la comparación de la posibilidad de la utilización de otros métodos por las PYMES de Gamarra para la valorización del patrimonio de sus empresas. A continuación se muestra el resultado de la encuesta realizada. Conforme estos resultados, se realiza el análisis respectivo.

## VALORIZACION DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL DE GAMARRA

4. ¿Aparte de la valorización de la empresa dada en los libros (de contabilidad) conoce otros métodos?

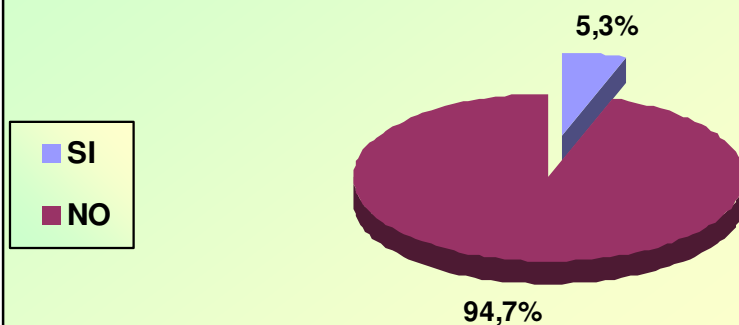


Gráfico 2: Grado de conocimiento de otros métodos

## VALORIZACION DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL DE GAMARRA

De ser afirmativa su respuesta a la pregunta 4, señale que métodos de valorización de empresas conoce:

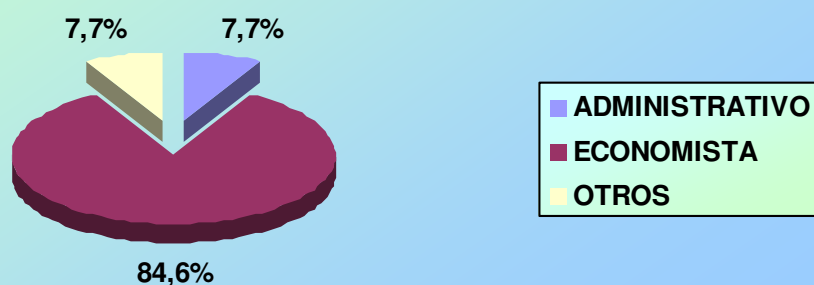


Gráfico 3: Grado de utilización de métodos aplicados por administradores, economistas y otros

De acuerdo al enfoque metodológico, para deducir el objetivo (a) sobre la base de la información dura, se hizo la pregunta “¿Aparte de la Valorización de las empresas dados en los libros (de contabilidad) conoce otros métodos?”; teniendo presente que no se puede utilizar lo que no se conoce o se ignora, la respuestas dadas por la muestra son el 94.7% negativas, no conocen otros métodos, por tanto el sector mayoritario de la empresas del Sector Textil de Gamarra solo conoce el Método Contable e ignora otros métodos,. Sólo el 5.3% contesto que conoce otros métodos.

Sobre la base del cuadro estadístico anterior, dejando a un lado al 94.7% que no conocen otros métodos, se hizo la pregunta al 5.3% que contestó afirmativamente y en forma directa: “Señale qué métodos de Valorización de empresas conoce”. Asumiendo este 5.3% como el 100% en relación a la pregunta realizada, la respuestas son: 84.6% señala que conoce el método dado por el economista, el 7.7% el método dado por la administración, y el 7.7% restante contesta otros sin especificar.

Del mismo modo que el objetivo (a), estas respuestas del resultado, no deben entenderse que el 5.3% del Sector Textil de Gamarra utiliza bien el método económico, administrativo u otro para la valorización del patrimonio de sus empresas, sino en término de posibilidad real, los utilizaría de darse el caso de la venta de sus empresas. Sobre esta posibilidad se deduce y se afirma la comprensión del objetivo (b), alcanzado por la investigación

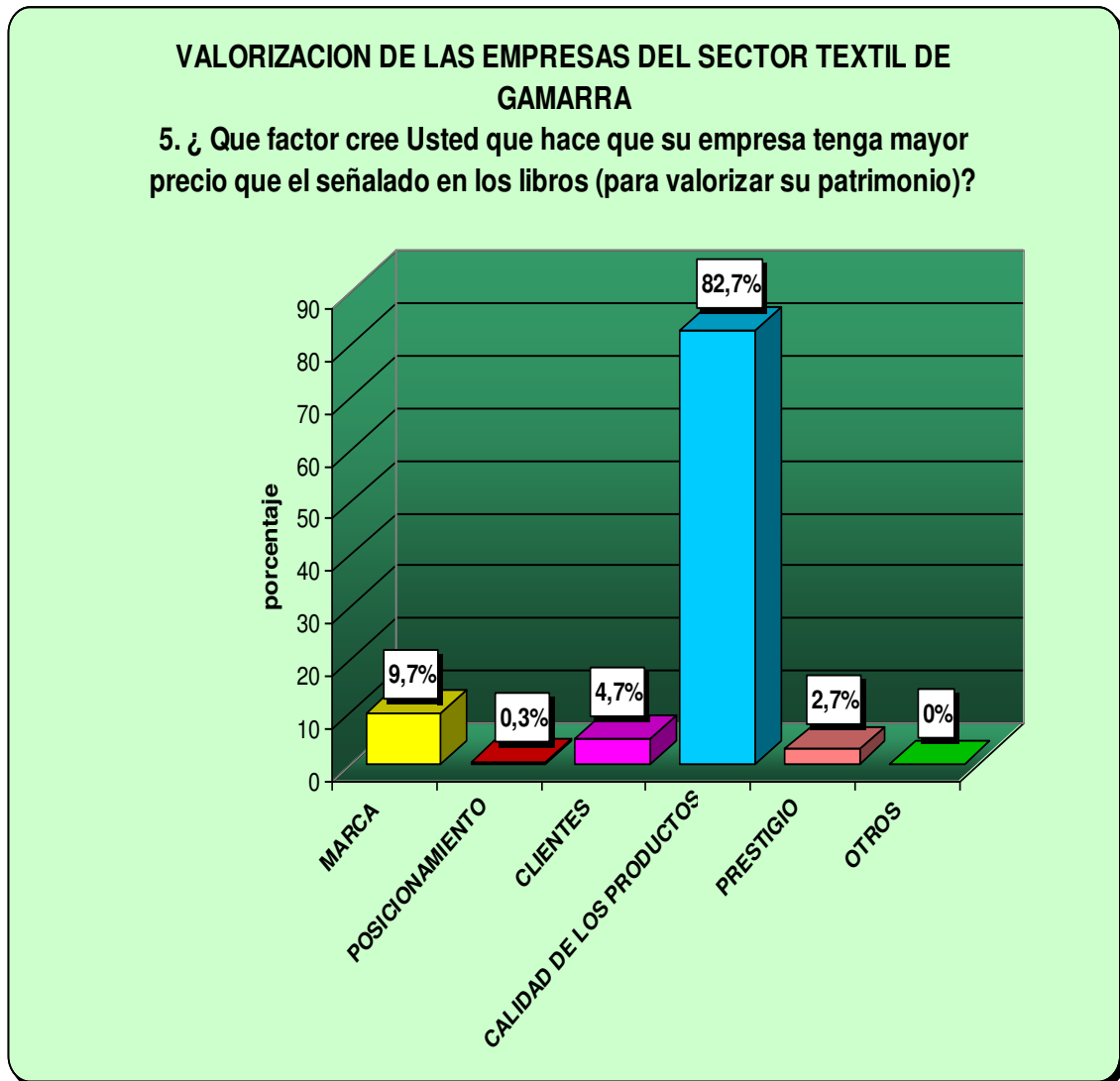
#### **Análisis de los resultados en relación al objetivo específico (b):**

La investigación se planteó alcanzar el siguiente segundo objetivo específico:

**“Determinar y conocer si los intangibles como marca, patente y otros, elevan el valor de las pymes del Sector Textil de**

**Gamarra y si son consideradas por el Método Contable en la valorización del patrimonio de las Pymes”.**

El objetivo específico (b) su resultado para el análisis se presenta en el gráfico estadístico:



**Gráfico 4: Intangibles que incrementan el precio de una empresa**

Su análisis se hace sobre esta base.

Conforme al entorno metodológico, para obtener información del sector, relacionada u deducible en relación al objetivo, se formuló la pregunta: - ¿Qué factores cree usted que hace que su empresa tenga mayor precio que el señalado en los libros (para valorizar su

patrimonio)?: Las respuestas dadas, por la muestra, son: El 82.7% de los encuestados considera la **calidad de sus productos**, el 9.7% señala **la marca**, el 4.7% de los encuestados a sus **clientes**, el 2.7% considera el **prestigio**, y el 0.3% al **posicionamiento**.

Por estas respuestas, se puede formular un gráfico de los intangibles que han contribuido a incrementar la valorización de las empresas del sector Textil de Gamarra en la actualidad. Teniendo la calidad del producto como dominante entre los intangibles señalados.

Del mismo modo que con los anteriores objetivos específicos, estos resultados deben ser asumidos como tendencia o posibilidad real, en caso de la necesidad de la venta, y la valorización del patrimonio de estas empresas, debería tenerse en cuenta los intangibles señalados. Bajo esta condición de tendencia, los resultados presentados, permite la concreción del objetivo (b).

#### **Análisis de los resultados en relación al objetivo específico (c):**

**Conocer la predisposición y aceptación de los propietarios de las Pymes del Sector Textil de Gamarra para la utilización del Método Contable en la valorización del patrimonio de sus empresas en el supuesto de su venta.**

Los resultados en relación al objetivo específico (c) para su análisis se consignan el siguiente gráfico estadístico:





**Gráfico 5:** Predisposición de propietarios de Pymes de Gamarra de aceptar al Contador para que valore su empresa

Sobre esta base se hace el análisis del resultado.

Así mismo conforme el enfoque metodológico Deductivo – Cuantitativo, teniendo como base fáctica al Sector Textil de Gamarra, el objetivo (c) se alcanza Deductivamente en relación del método con el Sector, no en términos del método mismo, aspecto que corresponde al ámbito científico, sino de la preferencia, selección o elección del Sector. Además, en términos de esta elección, entre el conjunto de profesionales capaces de la valorización del patrimonio de sus empresas.

Con estas consideraciones se formula la pregunta “¿Para conocer la valorización de su empresa (para su posible venta) a qué profesional recurriría?”. Las respuestas, dadas por la muestra, son: El 91% de los encuestados afirma que recurriría al contador, el 2% al economista y el 0.3% al especialista en marketing, y el 6.7% a otros (no se especifica). Con estas respuestas se determina una gran ventaja del Método Contable, pues, se

deduce que el contador, para valorizar el patrimonio de una empresa, para su posible venta, necesariamente tiene que utilizar el Método Contable.

También este resultado debe considerarse como una tendencia, o una posibilidad real, es decir, de darse la situación de la venta de las empresas del Sector Textil de Gamarra, para la valorización de su patrimonio se recurriría al profesional contable, con ello al Método Contable. Sobre esta constatación fáctica, en la realidad del Sector, se alcanza el objetivo (c), teniendo que complementarse con los objetivos generales referido a las ventajas y desventajas del Método Contable.

#### **4.1.2. Interpretación de los Resultados**

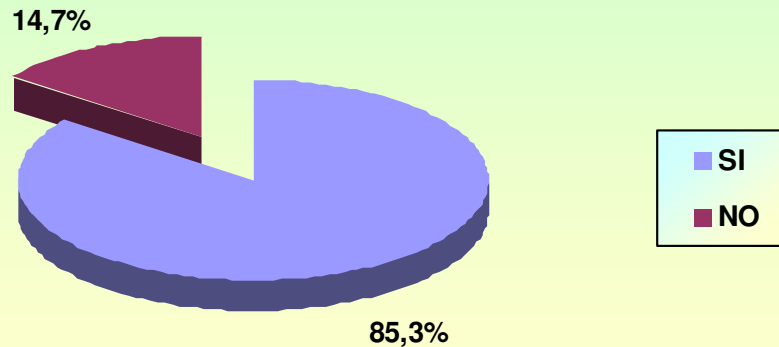
##### **Nivel práctico de la interpretación**

Se debe determinar dos niveles en el conocimiento del valor de las empresas. El conocimiento práctico, intuitivo y el teórico metodológico o científico. Sobre el primer nivel se plantea: La mayoría de empresarios, accionistas, propietarios, **creen** conocer el valor (precio) de sus empresas. Esta valorización es intuitiva práctica pero real.

La investigación con aplicación del instrumento de la encuesta a la muestra de la población del Sector de de Gamarra comprueba este primer nivel de conocimiento práctico, intuitivo del empresario sobre el valor de su empresa, como se muestra en el siguiente gráfico estadístico.

## VALORIZACION DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL DE GAMARRA

### 1. Conoce el Valor ( Precio ) de su Empresa:



**Gráfico 6:** Conocimiento práctico del empresario sobre el valor de su empresa

#### Interpretación en el nivel teórico metodológico:

El nivel teórico metodológico, Científico, es necesario ante la necesidad, de fundamentar el valor de las empresas, superando o evitando valorizaciones falsas o infundadas. Sobre este aspecto se ha centrado la investigación en relación a la Ciencia Contable a su metodología para la valorización del patrimonio de las empresas.

En términos concretos la investigación se propuso conocer la vigencia del Método Contable, de su utilización, en el Sector empresarial Textil de Gamarra, Lima – Perú, un emporio empresarial – comercial de gran actividad económica en el Perú.

En esta dirección, la investigación ha planteado los objetivos a alcanzar como la hipótesis de investigación para su contrastación con los resultados. Los resultados han sido analizados, su interpretación requiere de las observaciones al enfoque metodológico elegido.

El enfoque metodológico deductivo – cuantitativo, precisa de un marco teórico, para la comprensión del Método Contable en el ámbito de la Ciencia en general y de la Contabilidad en particular. Se determinó al Método Contable bajo el marco epistemológico, de Mario Bunge, como una técnica y un producto (figura 3), demandado y ofertado en el mercado. Con la concepción epistemológica de Kuhn se determinó el Método Contable como parte del paradigma contable, es decir un modelo y un patrón para resolver enigmas, siendo la valorización de las empresas el enigma ha resolver. En el nivel de la Ciencia Contable se ha resumido el método en sus secuencias principales.

El enfoque metodológico, a su vez, requiere de la formulación (elaboración) de hipótesis. Estas han sido construidas teniendo en cuenta el marco teórico, es decir, el Método Contable como una técnica, un producto o un servicio en términos de su utilización o demanda en un mercado, para la valorización de las empresas. En la investigación las hipótesis están dirigidas al Sector de las PYMES Textiles del Emporio de Gamarra.

El enfoque metodológico parte de la existencia de una realidad objetiva (independiente del investigador) que conocer, con este fin se plantea los objetivos y se elabora la hipótesis de investigación.

En la investigación, conforme el enfoque metodológico deductivo-cuantitativo, para concretar los objetivos y probar la hipótesis, se construyó un instrumento, encuesta, dirigido a los empresarios Pymes de Gamarra, para recoger y procesar la información, acorde a los objetivos y la hipótesis para recoger datos duros (no opiniones) para deducirse e interpretarse.

También se construyó un instrumento (entrevista) para el planteamiento del problema como un instrumento cualitativo de estructura semiabierto, que estuvo dirigido a Contadores Públicos expertos (Anexo 4).

La metodología hace de la investigación un sistema, expresado en una matriz de consistencia, donde se correlacionan objetivos, hipótesis, variables, e indicadores. De este modo la investigación no se sale de este marco. Con estas consideraciones sobre el enfoque metodológico se puede interpretar los resultados obtenidos en la investigación.

### **El carácter de las verdades obtenidas en los resultados**

En las ciencias sociales (donde se ubica la Contabilidad) a diferencia de las ciencias exactas (Matemáticas, Física) los resultados obtenidos son relativos, históricos, aproximados, sujetos a caducar con relativa rapidez. Las mediciones no son exactas son aproximaciones, oscilaciones, y de carácter tendencial, indican una tendencia, o una inclinación dominante hacia un punto (algo o dirección). Los resultados obtenidos en la investigación tienen estas características.

También por el enfoque deductivo, los datos recogidos y procesados, son la base objetiva para llegar a resultados por deducciones, así mismo, estas deducciones son analizadas e interpretadas. La investigación sobre el Método Contable participa de esta característica deductiva en relación a la información recogida del Sector empresarial Textil de Gamarra.

Al plantear la vigencia y utilización del Método Contable en el Sector empresarial Textil de Gamarra, no significó realizar el seguimiento del método en su utilización, en casos concretos (como un estudio de casos). Esta acción no corresponde a la clase de investigación no experimental realizada.

En la realidad del Sector de Gamarra las empresas no están en ventas masivas, la venta de una empresa textil es un caso de coyuntura o de circunstancia, de ahí, que la investigación se mueve en términos de posibilidad real, y descubre la tendencia objetiva, de darse las situaciones de las ventas de las empresas PYMES Textiles de Gamarra. Así, los resultados no significan que el porcentaje determinado de empresas están utilizando el Método Contable, sino lo

utilizarían en caso de su posible venta con estas consideraciones se interpretan los resultados analizados.

## **Interpretación de los resultados en relación a los objetivos**

### **Interpretación de los resultados en relación al objetivo general**

Los resultados sobre el objetivo general se analizarán en 4.1.1. Por su carácter teórico y general, se han determinado por el desarrollo del Marco Teórico, de la literatura del tema y por las entrevistas con los CPC en calidad de expertos.

### **Interpretación de los Resultados sobre del Objetivo General**

#### **Ventajas del Método**

Los resultados presentados en relación al objetivo (a), deben interpretarse como fortalezas, o en términos de ventajas, para la utilización del Método Contable. Cada uno de los factores señalados le da ventajas al método. Estas fortalezas son: su demanda dominante, el ser un valor referencial para los otros métodos, para el mercado, en tener un criterio de valor en documentos y una metodología desarrollada por el paradigma contable. En este sentido el Método Contable esta en ventaja frente a otros métodos de valorización de las empresas.

### **Interpretación de los Resultados de Objetivo General**

#### **Limitaciones del Método**

Los resultados presentados en relación a los objetivos generales (b), contrariamente a (a), deben interpretarse como debilidades y amenazas para el Método Contable en su valorización del patrimonio de las empresas. En efecto, la ausencia de una exposición directa del método, el tiempo, el criterio de valor que puede alterarse, los valores que no consigna el método, la competencia de otros métodos son desventajas que la Ciencia Contable debe tener presente.

Los resultados en relación al objetivo general nos permiten comprender las posibilidades del Método Contable para superar sus limitaciones, están basadas en el desarrollo de la Normatividad Contable para la consignación de las labores creadas por los Intangibles, en su avance y desarrollo, y debemos interpretarlo como oportunidades para la superación de las limitaciones o desventajas.

### **Interpretación de los resultados en relación a los objetivos específicos**

Los resultados en relación a los objetivos específicos de la investigación se analizan en (4.1.1), por el carácter fáctico, basado en los datos concretos obtenidos con la aplicación del instrumento, estos resultados requieren ser interpretados teniendo presente las observaciones realizadas, considerando los resultados como verdades relativas, temporales y de tendencias.

#### **Interpretación en relación al Objetivo (a)**

El objetivo específico (a) se propuso conocer si los propietarios de la PYMES del Sector Textil de Gamarra, utilizarían el Método Contable, así, conocer el grado de utilización del Método Contable en el Sector.

Este objetivo fue alcanzado conforme se expone en el cuadro estadístico correspondiente, y con la medición de la Variable (X) (grado de utilización del Método de Valor Contable: 84%). Este resultado debe interpretarse como una verdad que corresponde al Sector Textil de Gamarra.

Esta verdad debemos interpretarla de carácter de tendencia, y como posibilidad real de utilización del Método Contable, fundada en una información **dura**, objetiva, proporcionada por la muestra. Confirma el objetivo general (a) y es un argumento para superar las críticas y observaciones en torno a la no vigencia del Método Contable.

En el objetivo (a) se reafirma con el conocimiento del grado de utilización de otros métodos de valorización del patrimonio de una

empresa que podrían ser utilizados en el Sector PYME de Gamarra. Así el objetivo es confirmado en forma comparativa así, conforme se exponen en el cuadro respectivo. Sólo el 5.3% conoce otros métodos, tomando a este 5.3% como 100%, es el economista con 84.6%, el administrador con 7.7% y otros con 7.7%.

También estos resultados debemos interpretarlos como tendencia o posibilidad real relativos al Sector Textil de Gamarra, de la investigación. Como tales grados comparativos de utilización de otros métodos de valorización pueden cambiar en el transcurso del tiempo crecer o disminuir.

### **Interpretación en relación al Objetivo (b)**

El objetivo (b) se dio para conocer que intangibles, como marca, patente, y otros, no consignados en la contabilidad, contribuyen a elevar la valorización del patrimonio de las empresas. Este objetivo ha sido expuesto en el análisis de los resultados en el cuadro estadístico correspondiente.

Debemos primero interpretar este resultado del objetivo como el reconocimiento de los empresarios textiles de Gamarra de reconocer que los intangibles están influyendo en la consideración del valor o la valorización del patrimonio de sus empresas. Los intangibles ya están en la mente de los empresarios de Gamarra, en relación al cambio de paradigmas en la economía de la sociedad. Debemos interpretarlo, como un avance, teniendo en cuenta que hace sólo una década el Sector textil de Gamarra significaba precios bajos, sin embargo, ante la competencia asiática en precios, Gamarra ha realizado un cambio de posicionamiento de precios a calidad de productos (82.7%).

Estos intangibles considerados por la PYMES de Gamarra debemos asumir en los resultados analizados en su carácter de tendencia. Los intangibles señalados generan valor, hacen crecer o disminuir el valor como tendencia, y así influyen en la valorización del patrimonio de las empresas del sector.



### **Interpretación en relación al Objetivo (c)**

En el objetivo (c) se propuso conocer la predisposición de los empresarios propietarios de las PYMES del Sector de Gamarra, para contratar o utilizar al profesional contable para la valorización del patrimonio de sus empresas, este objetivo, ha sido alcanzado en forma relativa (no en forma completa) conforme el carácter de las verdades obtenidas por las ciencias sociales, y por el enfoque metodológico utilizado y la clase de investigación (no experimental).

El resultado debe interpretarse como muy significativa, hasta cierto punto contundente, cuando el 91% de las empresas del Sector Textil de Gamarra recurrirían al Contador para la valorización de su patrimonio.

Este resultado debe interpretarse en términos de tendencia, relativos al sector y temporales, conforme el carácter transversal de la investigación, pero por ser tendencias pueden extenderse por periodos más o menos prolongados.

## **4.2. Pruebas de hipótesis**

En base al Marco Teórico, conforme al enfoque metodológico, se ha elaborado (deducido) la siguiente hipótesis de la investigación:

**La vigencia y utilización del Método Contable permite la valorización del patrimonio de las empresas del Sector Textil de Gamarra, si se tiene en cuenta los incrementos o disminuciones del valor del patrimonio como efecto del valor de los intangibles y de los dispositivos legales y tributarios.**

Para la prueba de la hipótesis elaborada, exponemos en su estructura causal de variables, donde la variable independiente  $X$  actúa como causa, sobre la variable dependiente  $Y$ , con las condicionantes o Intervinientes  $Z_1$  y  $Z_2$ , que se expuso en la siguiente forma:

**La vigencia del Método Contable ( $X$ ) permite la valorización del patrimonio de las empresas del Sector Textil de Gamarra ( $Y$ ), siempre que se tenga en cuenta los intangibles ( $Z_1$ ) y las normas tributarias ( $Z_2$ )**

### **Prueba de la Hipótesis de Investigación (parte 1)**

La hipótesis de la Investigación, teniendo presente los resultados estadísticos, en su contrastación, se realiza su comprobación u contrastación, que determinamos como pruebas de la hipótesis de investigación.

La hipótesis de la investigación se contrasta y comprueba en la muestra, como verdadera, o aproximándose a la verdad, en función de la correlación de los datos o información obtenida estadísticamente con la estructura correlativa causal de la hipótesis de la Investigación.

La hipótesis de la Investigación plantea que la vigencia del Método Contable permite la valorización de las empresas del Sector de Gamarra. Para conocer si esto es verdadero, primero debemos comprobar que en el Sector efectivamente se utiliza el Método Contable, constatar si la variable Independiente ( $X$ ) es verdadera, o es acorde con la realidad fáctica.

Los resultados estadísticos nos permiten deducir que efectivamente en el Sector de Gamarra para la valorización del Patrimonio, o precio referencial, de las empresas, optaría por el Método Contable (84%)

La otra parte de la hipótesis de la Investigación, saber si el Método Contable valoriza el patrimonio de las empresas del Sector de Gamarra, dado el resultado anterior, es afirmativo. Si el fin del método, y su mecanismo, es valorizar el patrimonio de las empresas, entonces,

el Método Contable permite la Valorización de las empresas en Gamarra y con ello la variable Dependiente (Y), que corresponde a esta parte de la hipótesis, resulta verdadera o se comprobada en el Sector de Gamarra.

Si (X) se comprueba, por la estructura causal de la hipótesis, por ser la variable Independiente, entonces (Y) también se comprueba en los resultados, de este modo la hipótesis de la Investigación resulta concordante con la realidad y comprobada por los resultados teniendo en cuenta el enfoque deductivo, la hipótesis principal es confirmada, en función del cuadro estadístico correspondiente, como se muestra en los resultados con la respuesta a la pregunta ¿Para conocer la valorización de su empresa, (para su posible venta) a qué profesional recurriría?.

Si se tiene en cuenta, que la primera parte de la hipótesis sostiene: “La utilización del Método Contable permite” (X), las respuestas dadas a las preguntas, un 91% de los encuestados recurriría al Contador para valorizar el patrimonio de sus empresas, sobre esta base fáctica, se deduce la utilización del Método Contable, por lo mismo que es el método utilizado por el Contador. Así, la variable (X) que corresponde a esta parte de la hipótesis se deduce y comprueba verdadera, aproximándose a la verdad.

La otra parte de la hipótesis, permite la valorización del patrimonio de las empresas en el Sector Textil de Gamarra, por la estructura causal de la hipótesis de la investigación, como por la naturaleza del fin del Método Contable, también resulta cierta o aproximándose a la verdad.

Así la hipótesis de la investigación graficada como  $X \longrightarrow Y$  resulta verdadera, o aproximándose a la realidad.

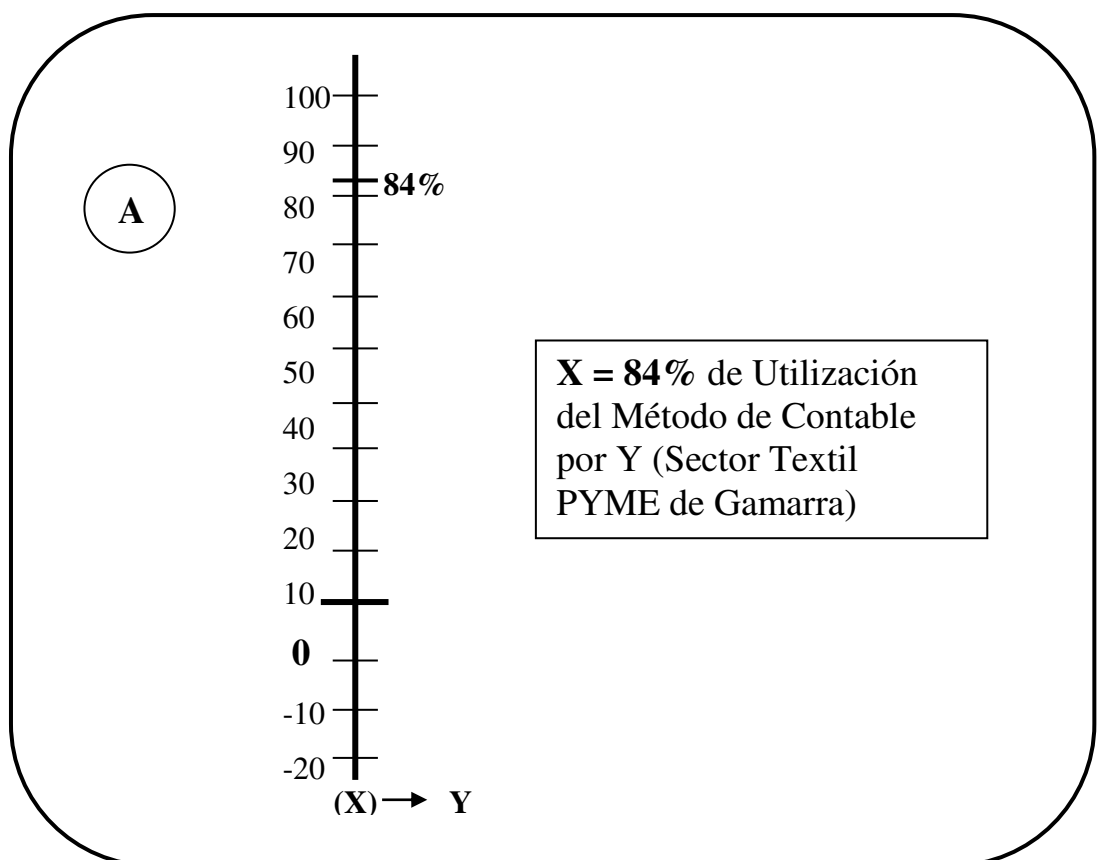
Por el enfoque metodológico, deductivo – cuantitativo, y por la naturaleza de las verdades en las ciencias sociales, la comprobación de la hipótesis principal es una verdad relativa y debemos asumirlo como tendencia o posibilidad real, no como una realidad presente, afirmada en base a una información estadística de carácter inferencial,

del Sector Textil de Gamarra. En caso de darse las ventas de las empresas Textiles del Sector de Gamarra, con la necesidad de la valorización del patrimonio de las empresas, el Método Contable sería el utilizado.

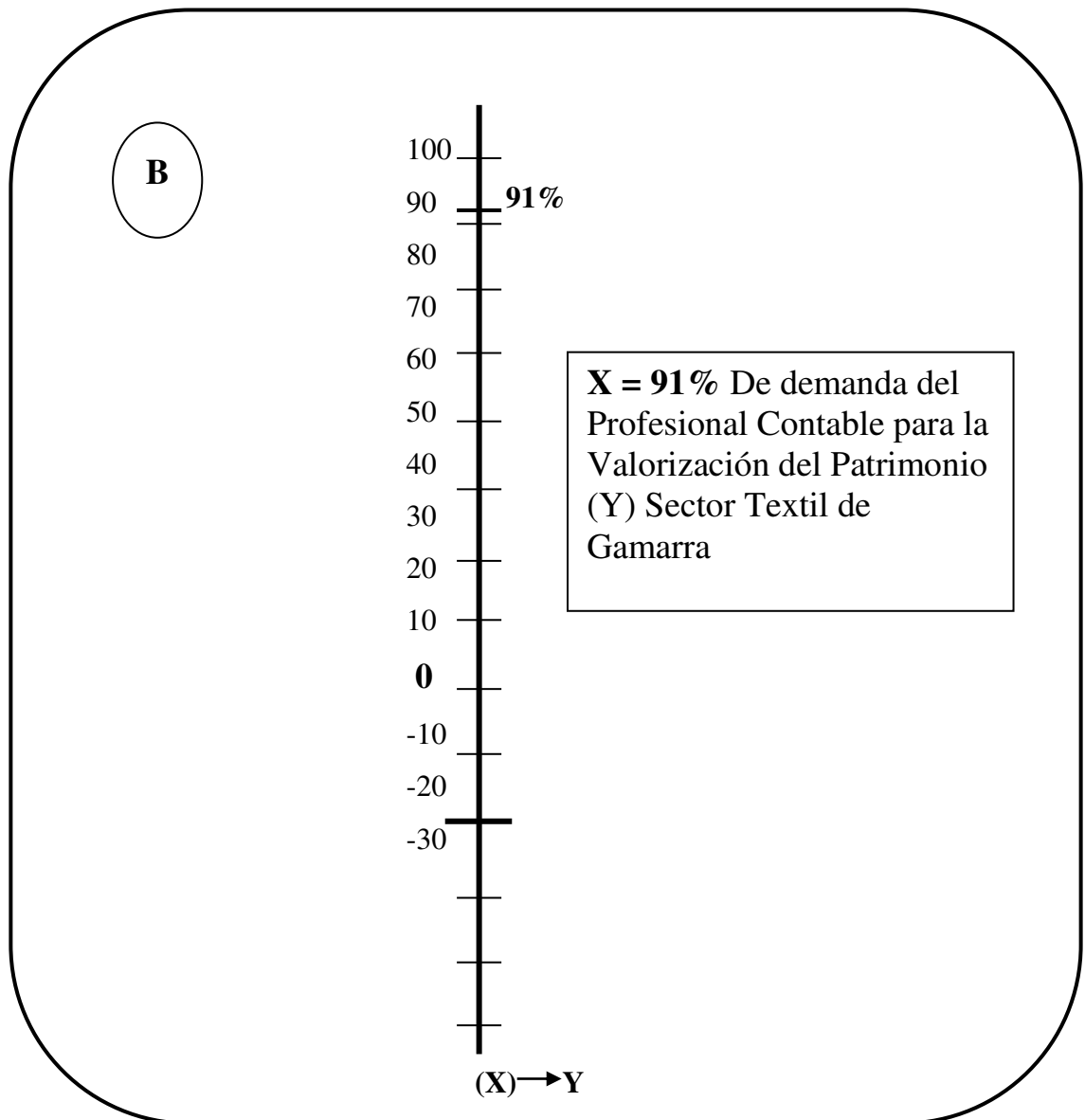
### **Prueba de Hipótesis de Investigación por medio de la Medición de sus Variables (Parte 1)**

La hipótesis principal (Hi) por su estructura graficada como  $X \rightarrow Y$ , nos da la posibilidad de medir (X), (Utilización del Método Contable), por las respuestas dadas por (Y) (las PYMES del Sector Textil de Gamarra).

Así la variable independiente (X) es medida en su capacidad, tendencia, de influir, por las respuestas de (Y), o en su efecto, por su preferencia o rechazo al método de valor en libros. En nuestro caso esa medición lo podemos presentar en los siguientes gráficos:



**Gráfico 7:** Porcentaje de utilización del Método Contable por el Sector Textil Pyme de Gamarra



**Gráfico 8:** Porcentaje de demanda del Profesional Contable para la valorización de patrimonio en las empresas del Sector Textil de Gamarra

### **Prueba de la Hipótesis de Investigación (parte 2):**

La hipótesis de investigación asimismo plantea que el Método Contable permite la valorización, siempre que se tenga en cuenta los intangibles y los dispositivos legales y tributarios, los resultados de los datos estadísticos en su contrastación con esta afirmación de la hipótesis es la base de su análisis.

Esta parte de la hipótesis de la investigación fue planteada como condicionantes, o intervinientes para hacer que la vigencia del Método Contable se acerque en su valorización a la realidad.

Por la estructura básica de la ( $H_1$ ), la hipótesis de Investigación, a X (el Método Contable) para producir Y (la valorización del patrimonio de la Pymes del Sector de Gamarra), hace intervenir, dos variables de carácter condicionantes o intervinientes ( $Z_1$  y  $Z_2$ ), las variables condicionantes son ( $Z_1$ ) los intangibles y ( $Z_2$ ) las normas tributarias. Por estas variables, la valorización del patrimonio de las empresas, dados por el Método Contable sería mas cercana a la valorización real.

Los resultados sobre estas variables, dadas por separado, son en efecto factores que influirían en el precio o la valorización del patrimonio de las empresas del Sector Textil de Gamarra.

Sobre los intangibles, se planteó: La valorización del patrimonio de una empresa (para su venta) podría aumentar o disminuir para efecto de los intangibles. Para contrastar esta variable ( $Z_1$ ) de la hipótesis se planteó la interrogante “¿Qué factores cree usted que hace que su empresa tenga mayor precio que el señalado en los libros?”.

Las respuestas de la muestra, contrastan positivamente la ( $H_i$ ), o la comprueban en relación a la variable ( $Z_1$ ), en relación al cambio de valor por los intangibles en caso de venderse las empresas del Sector Textil de Gamarra se tendría que tener presente los intangibles en el siguiente orden: La Calidad de los Productos (82.7%), Marca (9.7%) Clientes (4.7%) Prestigio (2.7%) Posicionamiento (0.3%).

Los resultados señalados para ( $Z_1$ ) deben tenerse en cuenta, esta actuando como condicionando su comprobación de la hipótesis, haciéndola más cercana o más próxima a la realidad en términos de tendencia.

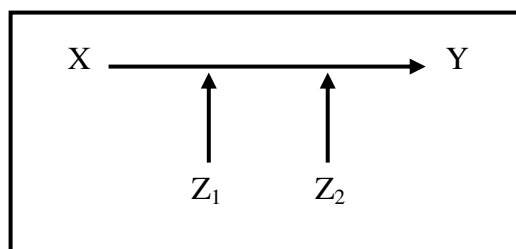
La variable ( $Z_2$ ) referida a los efectos de las normas tributarias, que influyen para aumentar o disminuir el precio del patrimonio de una empresa, si se tiene en cuenta, que se plantea en el sentido de modificar el precio solo por efectos de disminuir la tributación, la respuesta es poco significativa, sólo el 2% de la muestra lo modificarían, por lo que la influencia de ( $Z_2$ ), en la valorización del

patrimonio de una Pyme del Sector de Gamarra no una tendencia sino de una excepción.

Teniendo en cuenta los resultados en relación a las variables ( $Z_1$  y  $Z_2$ ) de la ( $H_i$ ), hipótesis de investigación queda contrastada y comprobada.

### **Prueba de Hipótesis de Investigación por la Medición de sus Variables Intervinientes (Parte 2)**

La hipótesis se complementa con las variables intervinientes, que lo graficamos según la estructura de sus variables de la siguiente manera:



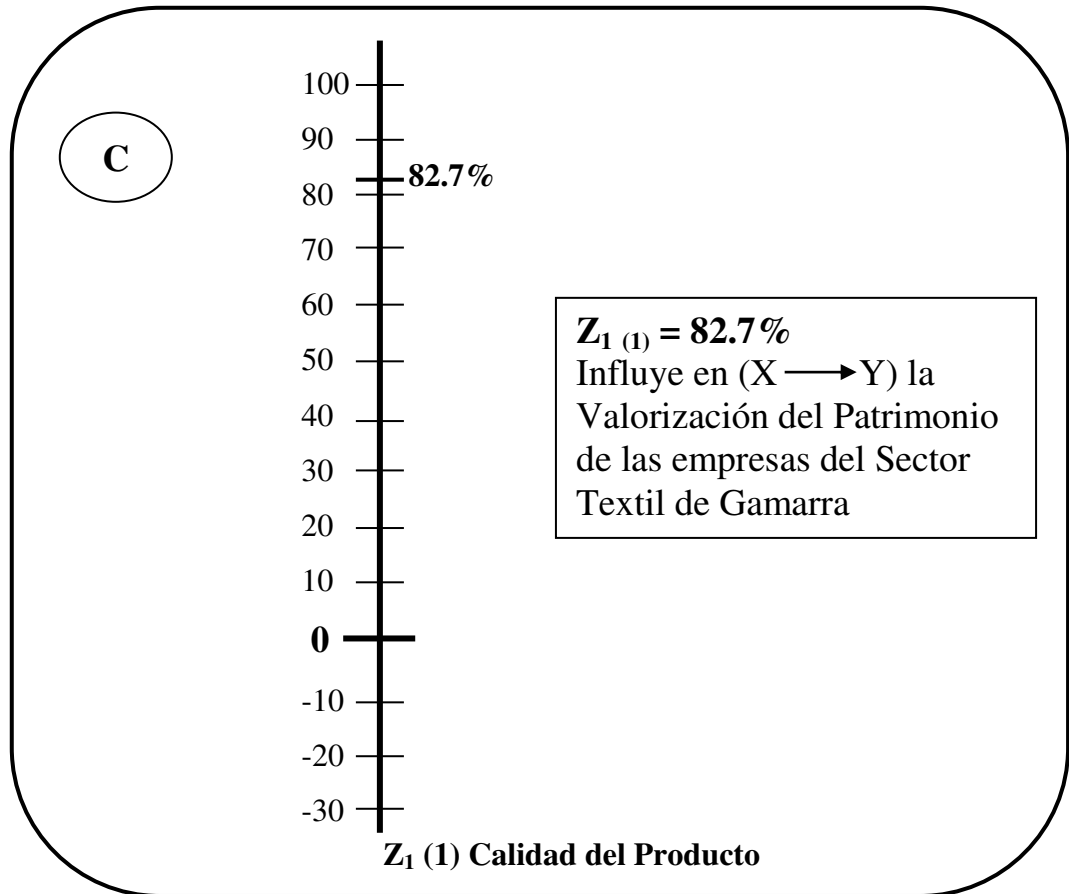
**Gráfico 9:** Variables condicionantes o intervinientes

Teniendo presente que la hipótesis de investigación es complementada por las variables condicionantes o intervinientes ( $Z_1$ ) y ( $Z_2$ ), por influir en la valorización del patrimonio de las empresas PYMES del Sector Textil de Gamarra.

Determinados e identificados, las variables condicionantes ( $Z_1$ ) y ( $Z_2$ ), teniendo presente los resultados en la medición de la variable (X) e (Y), podemos con la información sobre ( $Z_1$ ) y ( $Z_2$ ) establecer o medir su grado de influencia sobre la valorización de las empresas en Gamarra.

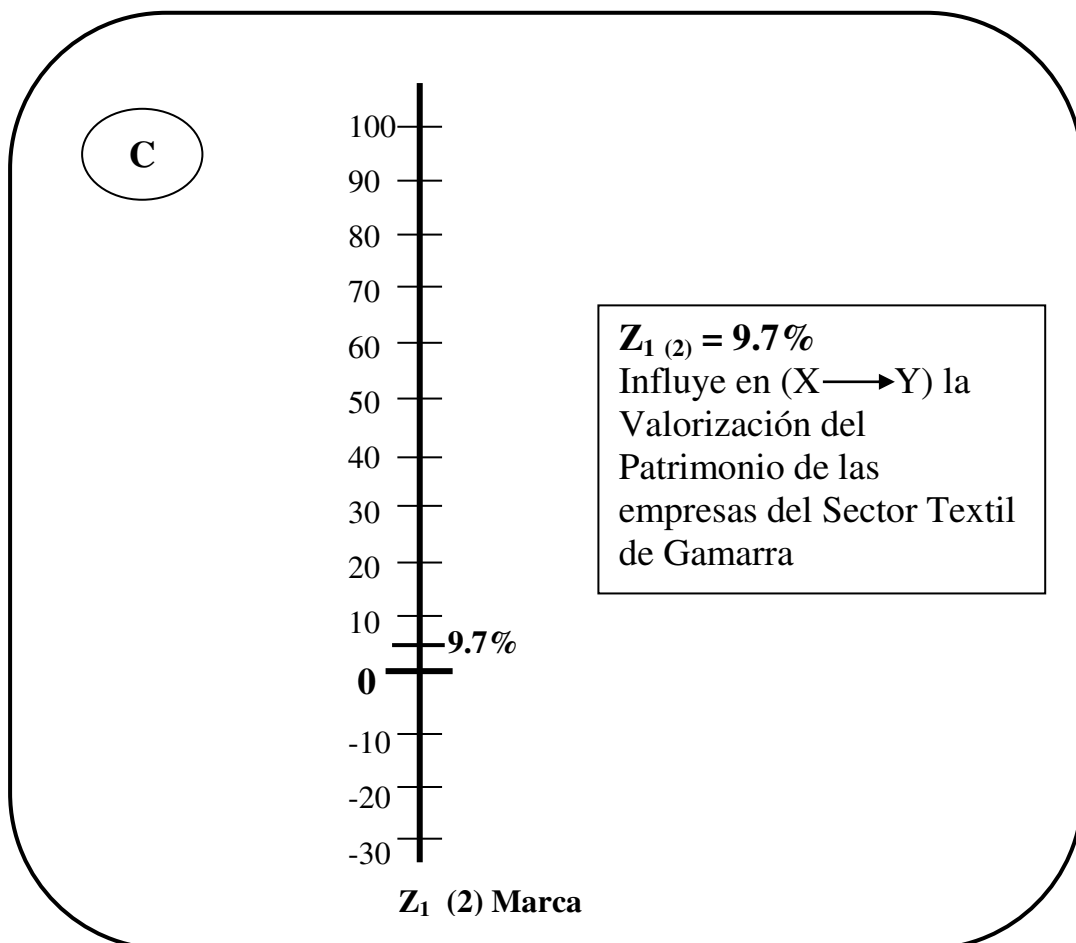
En relación a la variable interviniente  $Z_1$  identificada con los intangibles, en base a los resultados, podemos medir el grado en que influyen en ( $X \longrightarrow Y$ ) o en la valorización del patrimonio de las empresas PYMES del Sector Textil de Gamarra.

Esta medición, en base a los resultados respectivos, podemos graficarlos en los siguientes gráficos:

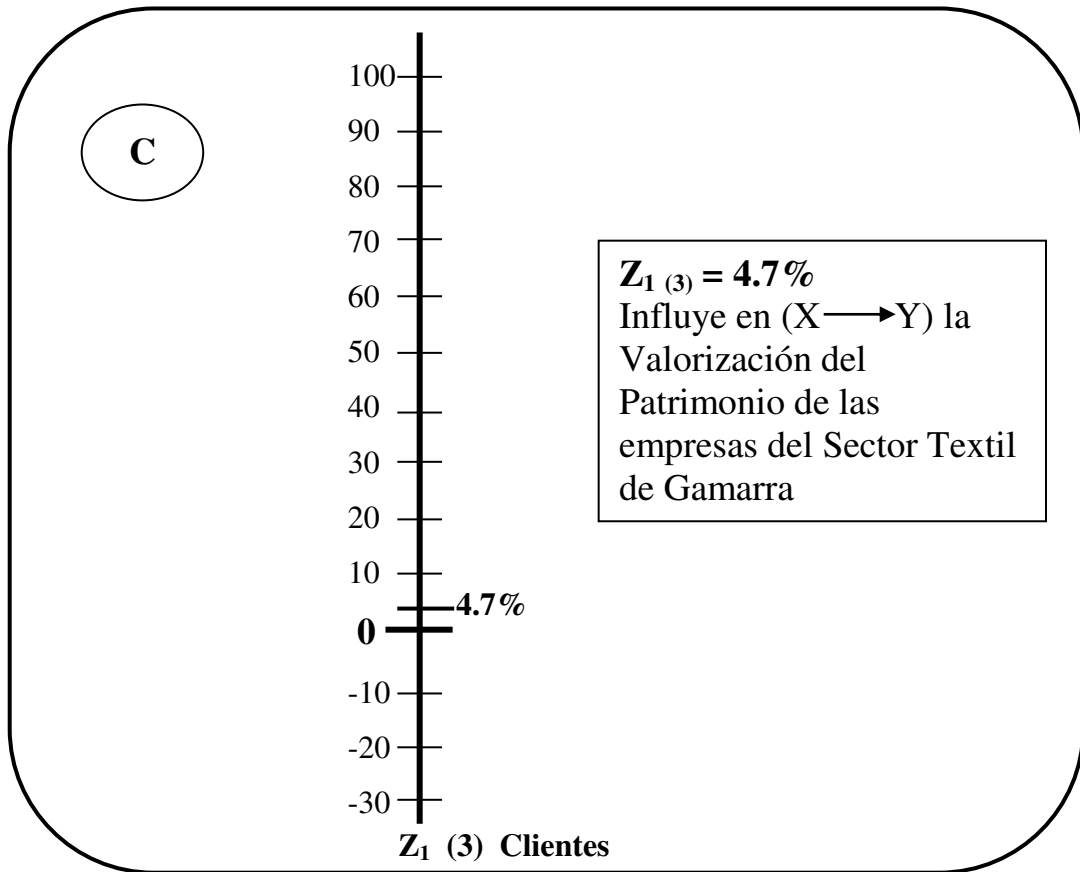


**Gráfico 10:** Calidad del producto

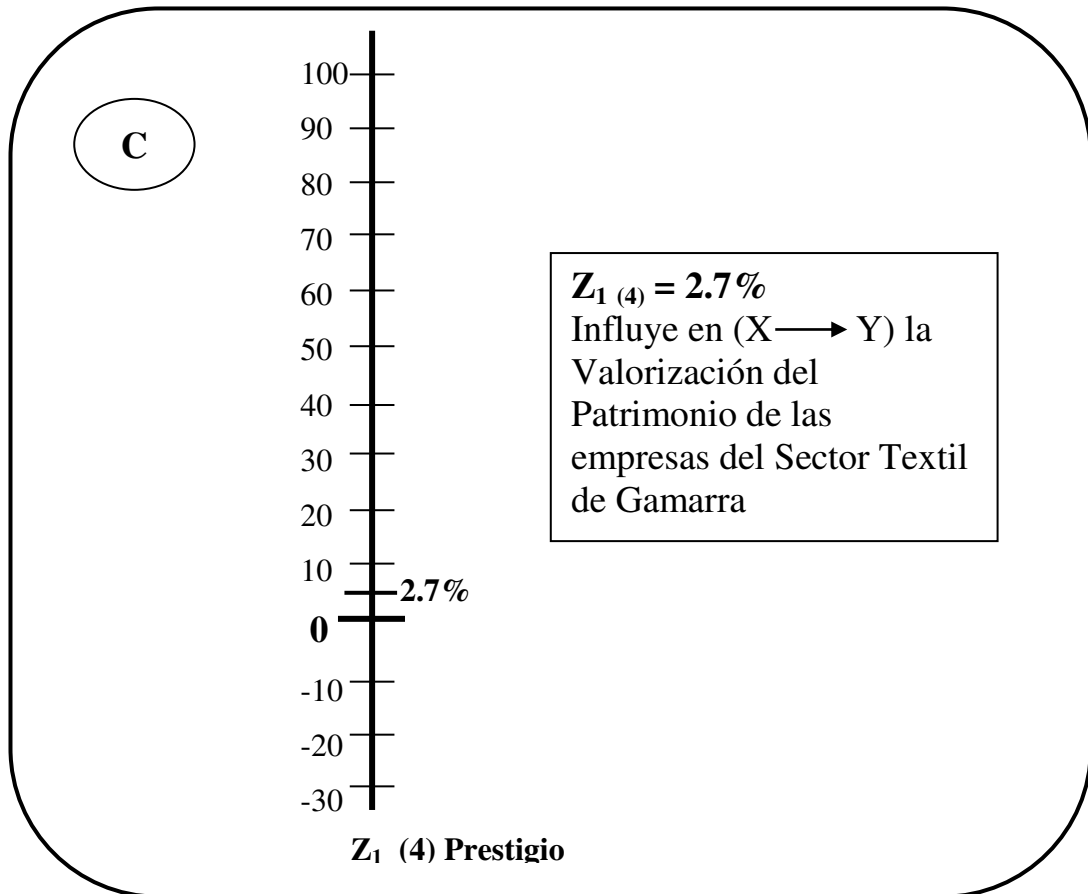




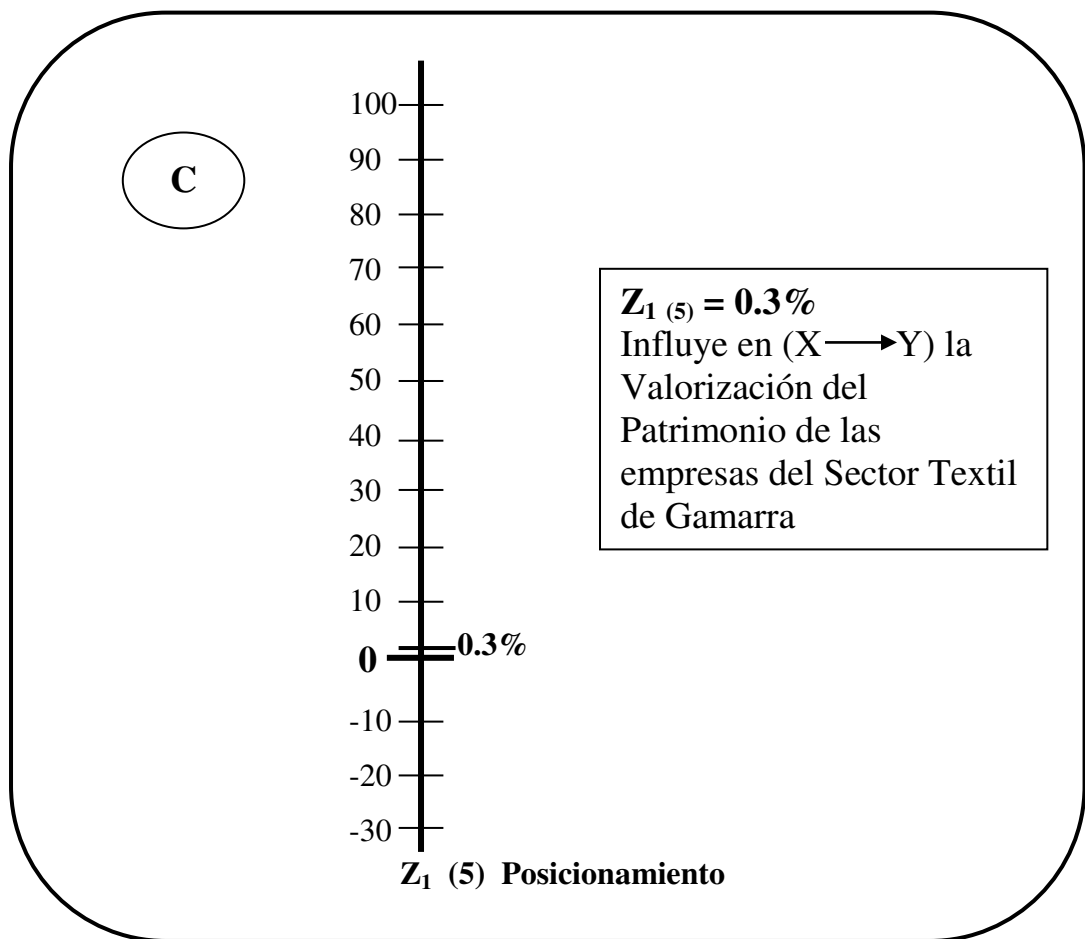
**Gráfico 11:** Marca



**Gráfico 12:** Clientes

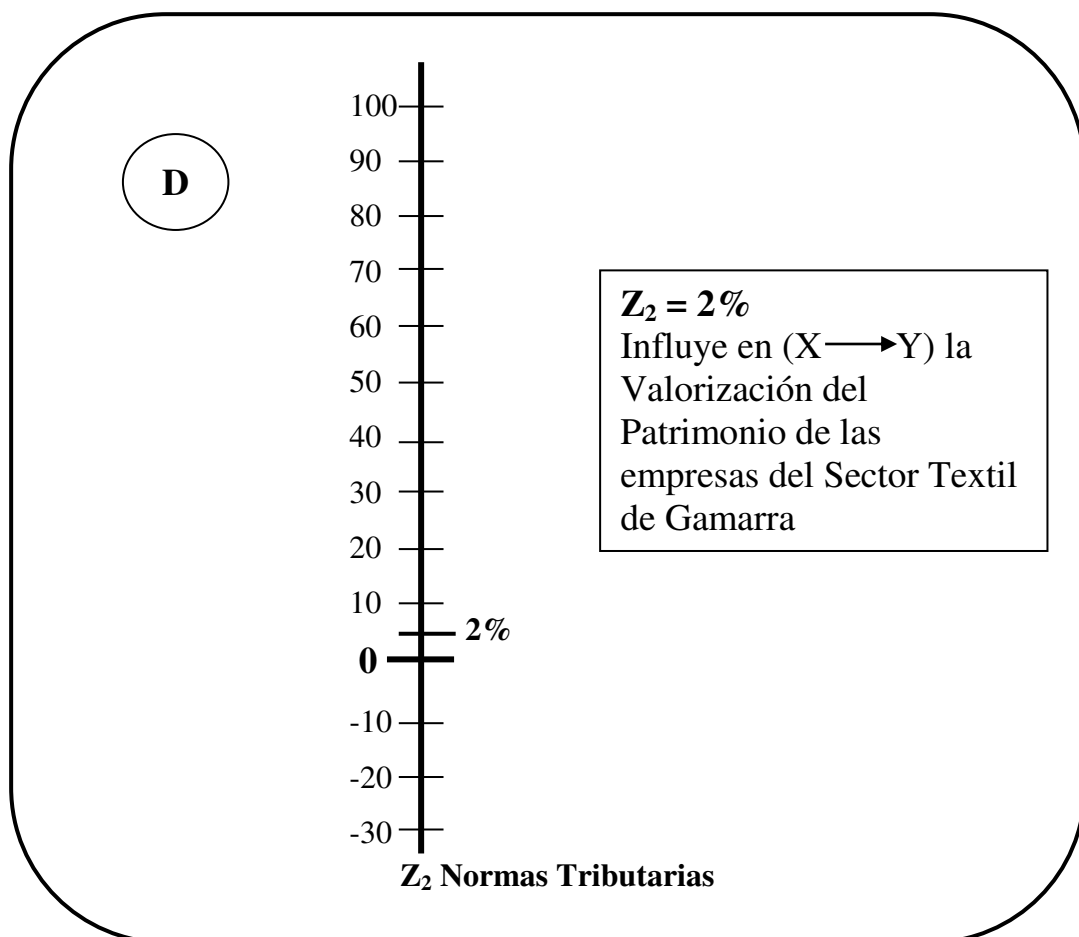


**Gráfico 13: Prestigio**



**Gráfico 14:** Posicionamiento

En relación a la variable interviniente  $Z_2$  identificado como normas tributarias, teniendo en cuenta los resultados obtenidos, podemos medir su grado de influencia o en la valorización del patrimonio de las empresas Textiles de Gamarra. El resultado se muestra en el siguiente gráfico:



**Gráfico 15:** Normas Tributarias

### **Interpretación de las pruebas de la hipótesis de la investigación**

Las pruebas, de la hipótesis de la investigación, analizadas se pueden interpretar asumiendo la contrastación de las hipótesis de la siguiente forma.

### **Interpretación de la Prueba de la Hipótesis Investigación (1 Parte)**

La hipótesis en primer término plantea que la vigencia la utilización del Método Contable permite la valorización del patrimonio de las empresas textiles del Sector de Gamarra, su contrastación no es de tipo experimental (el tipo es de una investigación no experimental), tampoco corresponde a un seguimiento de la utilización del método y la constatación de su uso en la valorización.

En la realidad del Sector de Gamarra, las empresas no están en venta en su conjunto, sino, circunstancial y coyunturalmente. Por tanto la contrastación es el término de la posibilidad real de tener en cuenta el Método Contable en caso (posibilidad real) de su venta, de esta manera se contrasta la hipótesis principal, como corresponde al enfoque y a la clase de investigación realizada, el resultado expuesto lo comprueba.

También se contrasta, sobre la base fáctica de la información, deduciéndose que efectivamente el método valoriza las empresas del sector, pues, es el fin del método y su demanda del sector lo es para que cumpla este objetivo.

### **Interpretación de la Prueba de la Hipótesis Investigación (2 Parte)**

La hipótesis de investigación contiene variables intervinientes que condicionan la valorización del patrimonio de las empresas del sector. Por ello, la interpretación realizada en la primera parte de la hipótesis es válida siempre y cuando tenga presente las dos variables condicionantes  $Z_1$   $Z_2$ . En función de estas variables se debe complementar la interpretación.

La variable  $Z_1$  referida a los intangibles que contribuyen a aumentar el valor de una empresa y no se consignan en la contabilidad, los resultados obtenidos debemos interpretarlos, así mismo, como posibilidades, de darse la venta de una empresa y su valorización por el Método Contable, entonces, se deberá tenerse en cuenta los intangibles señalados.

Los porcentajes alcanzados son de carácter tendencial, corresponden al momento transversal de la investigación, pueden crecer o disminuir con el tiempo.

La variable  $Z_2$  referido a las normas tributarias, que modificarían al valor dado por el Método Contable, con fines de disminuir la carga tributaria, por los resultados no es una tendencia, debemos interpretarlo de darse como excepciones

### **4.3. Presentación de resultados**

#### **4.3.1. Resultados en relación al objetivo general**

**Conocer si está vigente el Método Contable para la valorización del patrimonio de las PYMES, sus ventajas, limitaciones y problemas**

##### **Resultados sobre la Vigencia del Método Contable**

El resultado del objetivo general sobre la vigencia del Método Contable para la valorización del patrimonio de las PYMES, se presenta como alcanzado en forma relativa a la población de las PYMES textiles del Sector de Gamarra, Lima, Perú.

##### **Resultados sobre las Ventajas del Método Contable**

En el objetivo general se planteó, determinar las ventajas del Método Contable para la valorización del patrimonio de las empresas el resultado lo consignamos en el siguiente cuadro:

**CUADRO 2: VENTAJAS – ALCANCES DEL MÉTODO CONTABLE  
PARA LA VALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO DE LAS EMPRESAS**

| <b>VENTAJA</b>                                 | <b>MÉTODO CONTABLE</b>   |
|--|--|
| 1. Demanda                                     | Es el más requerido en el universo empresarial para la valorización del patrimonio de las empresas.  |
| 2. Criterio de Valor                           | Consigna el valor del patrimonio de las empresas en base a documentos, consignados en libros, comprobables y demostrables.                           |
| 3. Metodología                                 | Su procedimiento se basa en principios, técnicas, contables que compromete a todo el sistema de la Ciencia Contable.                                 |
| 4. Valor Referencial para otras Valorizaciones | Es tomado en cuenta por los otros métodos de valorización de las empresas, como punto de comparación o aproximación al valor de su patrimonio.       |
| 5. Valor Referencial para el Mercado           | El valor obtenido por el Método Contable del patrimonio de la empresa es referencial o base para el mercado, en sus movimientos de oferta y demanda. |

Estas ventajas son corroboradas en las entrevistas realizadas a los CPC especialistas en el tema.

**Resultados sobre las limitaciones del Método Contable:**

En el objetivo general se planteó: Determinar las limitaciones, problemas (desventajas) del Método Contable para la valorización del patrimonio de las empresas” el resultado lo consignamos en el Cuadro 3:



**CUADRO 3: DESVENTAJAS – LIMITACIONES DEL MÉTODO CONTABLE  
PARA LA VALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO DE LAS EMPRESAS**

| <b>DESVENTAJA</b>         | <b>MÉTODO CONTABLE</b>   |
|---------------------------|--|
| 1. Exposición del Método  | El Método Contable a pesar de ser un paradigma Contable, al estar siendo utilizado continuamente por el profesional Contable, no esta expuesto como corresponde a una tecnología, es decir consignándose en un tratado o Manual especializado los pasos o secuencias a seguir en sus procedimientos para valorizar una empresa.                    |
| 2. Tiempo                 | Por su carácter histórico el Método no puede consignar las tendencias futuras que influyen en la valorización del patrimonio de una empresa.   |
| 3. Criterio de Valor      | Por basarse en documentos que están registrados en los libros contables, cuando no existe una actitud ética del profesional contable, puede conllevar a alteraciones de los valores en la valorización del patrimonio de una empresa.  |
| 4. Valores no consignados | El método no consigna la totalidad de los valores contenidos en el patrimonio de una empresa, principalmente los llamados intangibles. En el mundo moderno, donde los intangibles dominan, esta limitación es importante, la contabilidad no consigna intangibles como: posicionamiento, prestigio, confianza, innovación, liderazgo, entre otros. |
| 5. Competencia            | No es el único, el Método Contable está en competencia con otros métodos que tiene la ventaja de utilizar otros conceptos, principios e instrumento estadístico y matemáticos para medir el valor.   |

Los resultados del objetivo general plantean las posibilidades de alternativas para superar las limitaciones en el marco del Método Contable:

## POSIBILIDADES DEL MÉTODO CONTABLE PARA LA VALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO DE LAS EMPRESAS

| POSIBILIDADES   | MÉTODO CONTABLE   |
|---|---|
| 1. Desarrollo de la Normatividad Contable Internacional | Las posibilidades de perfeccionamiento y desarrollo del Método Contable para su adaptación a las nuevas tendencias económicas de la sociedad están dadas por la modernización de la Ciencia Contable en la aplicación de los intangibles consignados en las Normas Internacionales de Información Financiera. |

### 4.3.2. Resultados en relación a los objetivos específicos

En relación a los objetivos específicos, por tener un carácter fáctico y particular centrado en el Sector Textil de Gamarra, obtenidos por la aplicación del instrumento (encuesta) aplicado a la muestra del Sector textil de Gamarra y procesado los datos, luego de su análisis, se presentan los siguientes resultados:

#### Resultado en relación al objetivo específico (a)

El objetivo específico (a) fue planteado para **“Conocer y determinar si los propietarios de las pymes del Sector Textil de Gamarra utilizarían el Método Contable de valorización del patrimonio de las empresas en el supuesto de la venta de las mismas.**

El resultado obtenido por el procesamiento de datos se muestra en los Gráficos 1, 2 y 3 mostrados anteriormente.

### **Resultados en relación al objetivo específico (b)**

El objetivo específico (b) se propuso: **Determinar y conocer si los intangibles como marca, patente y otros, elevan el valor de las pymes del Sector Textil de Gamarra y si son consideradas por el Método Contable en la valorización del patrimonio de las Pymes.** El resultado, procesado los datos se muestra en el Gráfico 4.

### **Resultados en relación al objetivo específico (c)**

El objetivo específico (c) plantea: **Conocer la predisposición y aceptación de los propietarios de las Pymes del Sector Textil de Gamarra para la utilización del Método Contable en la valorización del patrimonio de sus empresas en el supuesto de su venta.** El resultado se consigna en el Gráfico 5.

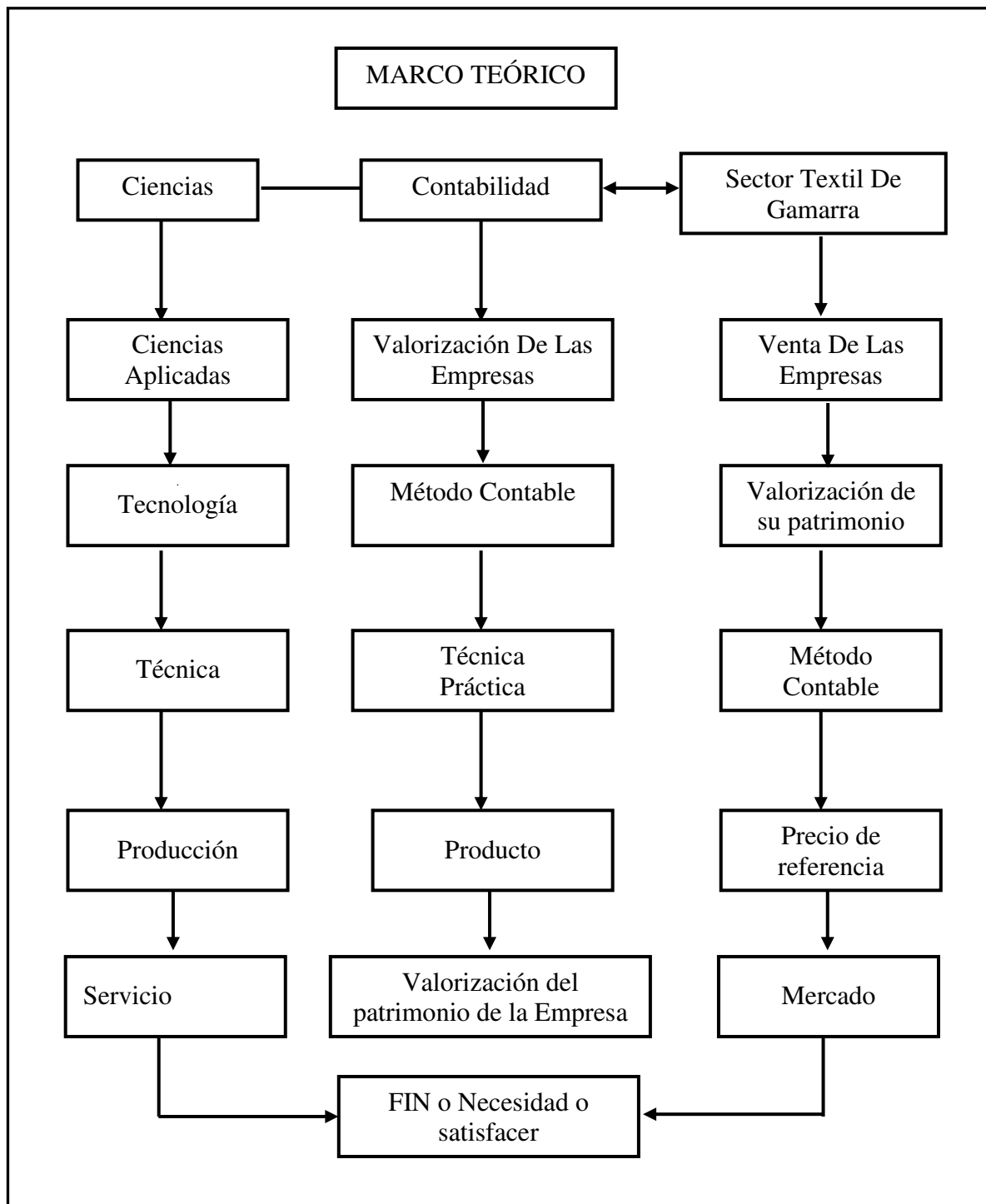
### **Los resultados en relación a las pruebas de la hipótesis de investigación**

Los resultados en las pruebas de la hipótesis, se debe considerar que comprueba la utilización del Método Contable en el Sector Textil de Gamarra, como un producto, practico y como un servicio que permite la valorización del patrimonio de estas empresas.

La comprobación de las hipótesis formuladas y sus resultados deben considerarse como verdades relativas, de tendencia, o de posibilidad real.

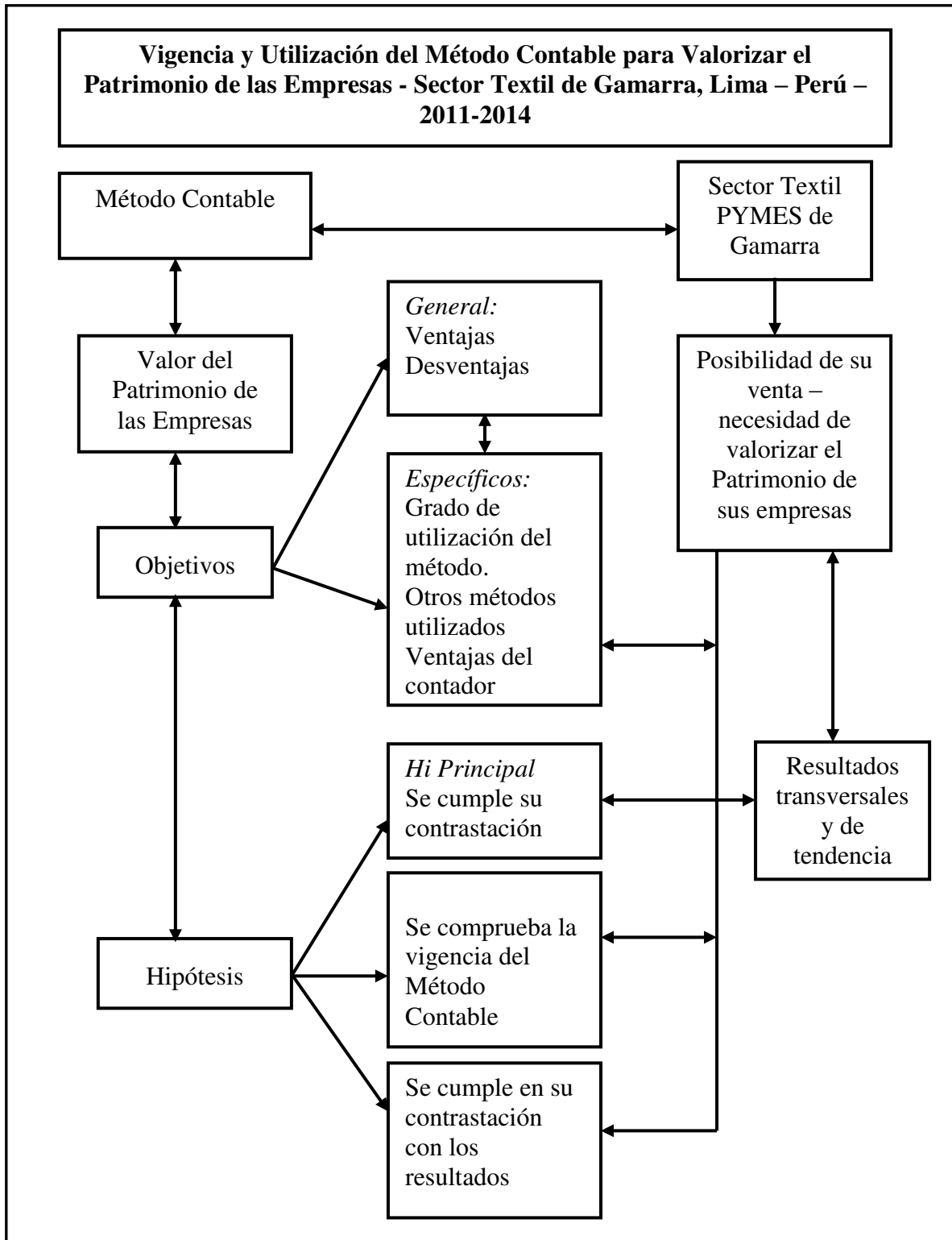
### **Presentación gráfica de los resultados**

Lo expuesto teóricamente sobre los resultados se grafican en los siguientes esquemas:



**GRÁFICO 16:** Presentación gráfica de los resultados

Se muestra como la Contabilidad se constituye como ciencia básica, ciencia aplicada y como a su vez desarrolla técnicas que le permiten presentarse como un producto o servicio para satisfacer necesidades. Lo señalado se cumple al aplicarlo al Sector Textil de Gamarra, cuando el propietario desea vender la empresa y la valoriza aplicando el Método Contable, obteniendo un precio de referencia que le permite ofertarlo al mercado.



**GRÁFICO 17:** Comprobación de la hipótesis formulada

Muestra el proceso de investigación realizado para comprobar la hipótesis elaborada. Los resultados obtenidos comprueban la utilización del Método Contable en el Sector Textil Pymes de Gamarra para valorizar el patrimonio de las empresas.

## **CONCLUSIONES**

### **1. Conclusiones en relación al objetivo general**

Culminada la investigación, en relación a los objetivos generales, presentamos las siguientes conclusiones:

- 1.1. Existe una vigencia y reconocimiento del Método Contable en general para la valorización del patrimonio de las empresas, por los otros métodos como un valor referencial.
- 1.2. La conclusión obtenida y que es compartida con los expertos, es la carencia o el vacío de una exposición directa, en un tratado sobre el Método Contable para la Valorización de las Empresas, este vacío de exposición de las secuencias y procesos del método se ha llenado en forma todavía resumida, en la presente Tesis.
- 1.3. La investigación no concluye en este nivel, por el carácter general del objetivo, apertura la posibilidad de nuevas investigaciones en relación al Método Contable, en términos de nuevos universos, como de su desarrollo de sus procedimientos.

### **2. Conclusiones en relación a los objetivos específicos:**

Concluida la investigación, en referencia a los objetivos específicos, planteados en torno al Sector Empresarial Textil de Gamarra, presentamos las siguientes conclusiones:

- 2.1. La vigencia y utilización del Método Contable en el Sector Textil de Gamarra, la predisposición de los empresarios del Sector para demandar o recurrir al profesional contable para la utilización del Método Contable para la valorización del patrimonio de sus empresas, como posibilidad real o tendencia frente a otros profesionales y métodos. Los resultados estadísticos así lo comprueban.

- 2.2. La constatación de los Intangibles como factor que contribuye a aumentar la valorización del patrimonio de las empresas, en el Sector Textil de Gamarra, siendo el intangible de calidad del producto que presenta una tendencia dominante.
- 2.3. Tener presente la constatación de la aplicación, aunque minoritaria, de los otros métodos para valorizar las empresas en el Sector Textil de Gamarra, también como una posibilidad o una tendencia.

### **3. Conclusión en relación a la prueba de la hipótesis de la investigación:**

Terminada la investigación, presentamos las conclusiones en relación a los resultados de la contrastación de las hipótesis:

- 3.1. En torno a la prueba de la hipótesis con sus resultados, confirmandos por la realidad del Sector Textil de Gamarra, concluimos que la tendencia dominante en dicho sector es la vigencia del Método Contable por la predisposición de su utilización en el Sector Textil de Gamarra, para valorizar el patrimonio de sus empresas.
- 3.2. La conclusión en relación a las variables condicionantes confirmadas en el sector, es la constatación que deben tenerse en cuenta a los Intangibles como factores importantes en la valorización de las empresas.

## RECOMENDACIONES

Presentadas las conclusiones finales, la investigación expone las principales recomendaciones:

1. La necesidad en el nivel teórico – metodológico, de exponer el Método Contable, en forma analítica, secuencial, conforme a la lógica de las tecnologías, con una forma sistemática. Esta tarea de concretarse sería fundamental para una formación científica de los contadores, dada la demanda del Método Contable para la valorización del patrimonio de las empresas en el mercado.
2. En el nivel fáctico, de los hechos, la investigación efectuada sobre el Sector Textil de Gamarra, debería abrirse a otras poblaciones de nuestra economía para emprender otras investigaciones sobre la aplicación del Método Contable, de este modo poder completando progresivamente tanto el perfeccionamiento como el ámbito de la vigencia del Método Contable.
3. En el nivel fáctico, en relación a los otros métodos se debería analizar, investigar, las posibilidades de la Ciencia Contable para complementarse, adaptarse o asimilar las técnicas de estos métodos.
4. Por último, de la investigación finalizada, se desprende la recomendación de tener en cuenta las amenazas de los otros métodos de valorización sobre el Método Contable, que, siendo todavía tendencias relativamente menores, su crecimiento podría redundar negativamente en el ejercicio de la profesión contable para esta labor de valorización de empresas.



## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Activo.-** Representa los recursos controlados por la empresa como resultado de transacciones y otros eventos pasados, de cuya utilización se espera beneficios económicos futuros que fluirán a la empresa.

Conjunto de bienes y derechos que posee una empresa, que tengan valor en dinero y que sean de su propiedad.

**Activo Intangible.-** Es un activo identificable no monetario, sin substancia física y que se destina para ser utilizado en la producción o suministro de bienes o servicios, para arrendamiento a terceros o para fines administrativos. Un activo es un recurso:

- a) Bajo control de la empresa, como resultado de sucesos pasados; y
- b) Del cual se espera obtener beneficios económicos futuros.

**Balance General.-** Estado financiero que muestra contablemente a una fecha determinada, los activos de la compañía (lo que la empresa posee como propios), sus pasivos (lo que la empresa debe) y la diferencia llamada patrimonio neto.

Las cuentas del activo deben ser presentadas en orden decreciente de liquidez y las del pasivo según la exigibilidad de pago decreciente, reconocidas en forma tan que presenten razonablemente la situación financiera de la empresa a una fecha dada.

**Bolsa de Valores.-** Mercado donde se encuentran los demandantes y oferentes de productos, a través de sus Sociedades Agentes de Bolsa.

La Bolsa de Valores moviliza instrumentos financieros (valores, bonos, etc.) a través de dos segmentos: la rueda de bolsa y la mesa de negociación.

**CPC.-** Contador Público Colegiado

**Estados Financieros.-** Son aquellos estados que suministran información respecto a la posición financiera, resultados y estado de flujos de efectivo de

una empresa, que es útil para los usuarios en la toma de decisiones de índole económica

**Gastos.-** Son los decrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien por la generación o aumento de los pasivos que dan como resultado decrementos en el patrimonio, y no están relacionados con las distribuciones realizadas a los propietarios de este patrimonio.

**Ingresos.-** son los incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien como decrementos de los pasivos, que dan como resultado aumentos del patrimonio, y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios a este patrimonio.

**Inflación.-** Crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios a lo largo del tiempo. La inflación es un fenómeno de desequilibrio entre los bienes y servicios que los habitantes de un país desean comprar, y los que el aparato productivo de ese país puede producir, lo que desemboca generalmente en un proceso continuo y a veces progresivo de ascenso de precios en general.

**NIC.-** Norma Internacional de Contabilidad

**NIIF.-** Norma Internacional de Información Financiera

**Pasivo.-** Representa las obligaciones presentes de la empresa como resultado de hechos pasados, previéndose que su liquidación o cancelación produzca para la empresa una salida de recursos que involucran beneficios económicos, con el fin de satisfacer los requerimientos de la otra parte.

**Patrimonio Neto.-** Es el valor residual de los activos de la empresa, después de deducir todos sus pasivos. Comprende las siguientes cuentas del Plan Contable General Empresarial: Capital, Capital Adicional, Acciones de Inversión, Excedente de Revaluación, Reservas Legales, Reservas Estatutarias, Facultativas y Contractuales y Resultados Acumulados.

**PYMES en el Perú.-** En el Perú cuando se usa el término PYMES se refiere a las pequeñas y medianas empresas, el término MYPE alude a la micro y pequeña empresa y al término de MiPymes corresponde a las micro, pequeñas y medianas empresas.

Actualmente, existe consenso en cuanto al rol fundamental que cumplen las micro y pequeñas empresas (MYPE) dentro de la estructura económica del Perú.

**Valor.-** Medida de importancia que se concede a los bienes que satisfacen las necesidades humanas. Algunas teorías consideran que el valor de las cosas se forma por la agregación del trabajo.

Una empresa, cotee o no en Bolsa, tiene un valor. Sin embargo, la palabra “valor” puede tomar diferentes significados. Una empresa tiene un **valor contable**, que consiste en la diferencia entre sus activos y pasivos. Se le denomina también, **valor en libros**, al dividir el capital contable entre el número de acciones comunes en circulación.

No debemos olvidar las razones emocionales que tiene una empresa para su dueño, denominándose este **valor subjetivo**. Tenemos también el **valor de liquidación**, que es la cantidad que se obtiene si los activos se venden en forma separada de la organización que los utiliza. Por último, existe el **valor de mercado**, que conceptualiza el precio que se convierte entre un vendedor y un comprador, tomando en cuenta factores como generación de flujos netos de efectivo, clima económico de la industria y de la empresa en particular, así como factores de riesgo político.

**Valor razonable.-** Es el precio que sería recibido por vender un activo o pagado por transferir un pasivo en una transacción ordenada entre participantes del mercado en la fecha de la medición.

**Valorización.-** Acción de poner un valor a un bien, producto o servicio.

**Valuación.-** Proceso de medir el valor de un activo o pasivo. El término se emplea para describir el proceso total de estimar el valor de una empresa

utilizando su valor contable, su valor de liquidación, su valor de mercado, múltiples precio/utilidad.

El valor de una empresa está basado en su capacidad de generar utilidades traducido a flujos de efectivo. El valor económico, está dado por la satisfacción que los individuos y grupos obtienen de bienes y servicios. El valor no debe confundirse con precio, para que éste último exista, es necesario dos voluntades para contratarlo, sin embargo, el valor existe no obstante haya una sola voluntad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alfonso A. Rojo Ramírez (2007): Valorización de empresas y gestión basada en valor. Thomson Editores Spain Paraninfo S.A., España.
- CPC Fortunato Sánchez Navarro (2005): Diccionario contable, financiero, bursátil y de áreas afines. Editor: Fortunato Sánchez Navarro.
- Consejo Normativo de Contabilidad. Resolución N°055-2014-EF/30. Oficializa la versión 2014 de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIC, NIIF, CINIIF y SIC), cuyo contenido se detalla en el Anexo que es parte integrante de la presente resolución, así como el Marco Conceptual para la información financiera.
- Desafíos Y Éxitos en la Implementación de Normas Internacionales: Alcanzando la Convergencia de las NIIF y las NIA-S : Declaración de San José de la AIC- Grupo Edimburgo – EFAA –Santo Domingo- República Dominicana: Agosto 2011
- International Accounting Standard Board – IASB (2014): Normas Internacionales de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las Pymes), oficializadas por el Consejo Normativo de Contabilidad mediante Resolución N° 045-2010- EF/94.
- International Auditing Standard Board (IASB) (2014): NIC, NIIF, CINIIF y SIC, versión del año 2009 y sus modificaciones a mayo de 2010; aprobadas por el Consejo Normativo de Contabilidad mediante Resolución N° 044-2010-EF/94.
- International Auditing Standard Board (IASB) (2014): Normas Internacionales de Información Financiera, aprobadas por el Consejo Normativo de Contabilidad mediante Resolución N° 055-2014-EF/30.

- Mario Bunge (1989): Ciencia y Desarrollo Editorial: siglo XX, Buenos Aires Argentina.
- Pablo Fernández. Valorización de empresas, Cómo medir y gestionar la creación de valor (2005). Ediciones Gestión 2000. España.
- R. Alonso Sebastián, A. Villa Pérez (2007): Valoración de empresas. Editorial Mundi Prensa, España.
- Raúl Gómez Martínez (2014): Casos de valorización y adquisición de empresas. Delta, Publicaciones Universitarias, primera edición. España.
- Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio (2003): Metodología de la Investigación Editorial: Mc Graw Hill Interamerica 3ra edición México.
- Thomas Khun (1986): La Estructura de las Revoluciones Científicas, Editorial: Fondo de Cultura Económica, México. Séptima Reimpresión.
- Varios autores (2007): Trabajos interamericanos y nacionales. XXVII Conferencia Interamericana de Contabilidad, Santa Cruz – Bolivia. Editor: Colegio de Auditores o Contadores Públicos de Bolivia.

## **ANEXOS**

# ANEXO 1

## UBICACIÓN DEL SECTOR TEXTIL DE GAMARRA

### A. DAMERO DE GAMARRA



Fuente: PromPyme

Elaboración: APOYO Publicaciones



**Principales Bancos**

- 14 Banco Continental
- 15 Banco de Crédito
- 16 Banco Wiese
- 17 Banco Financiero
- 18 Banco MiBanco

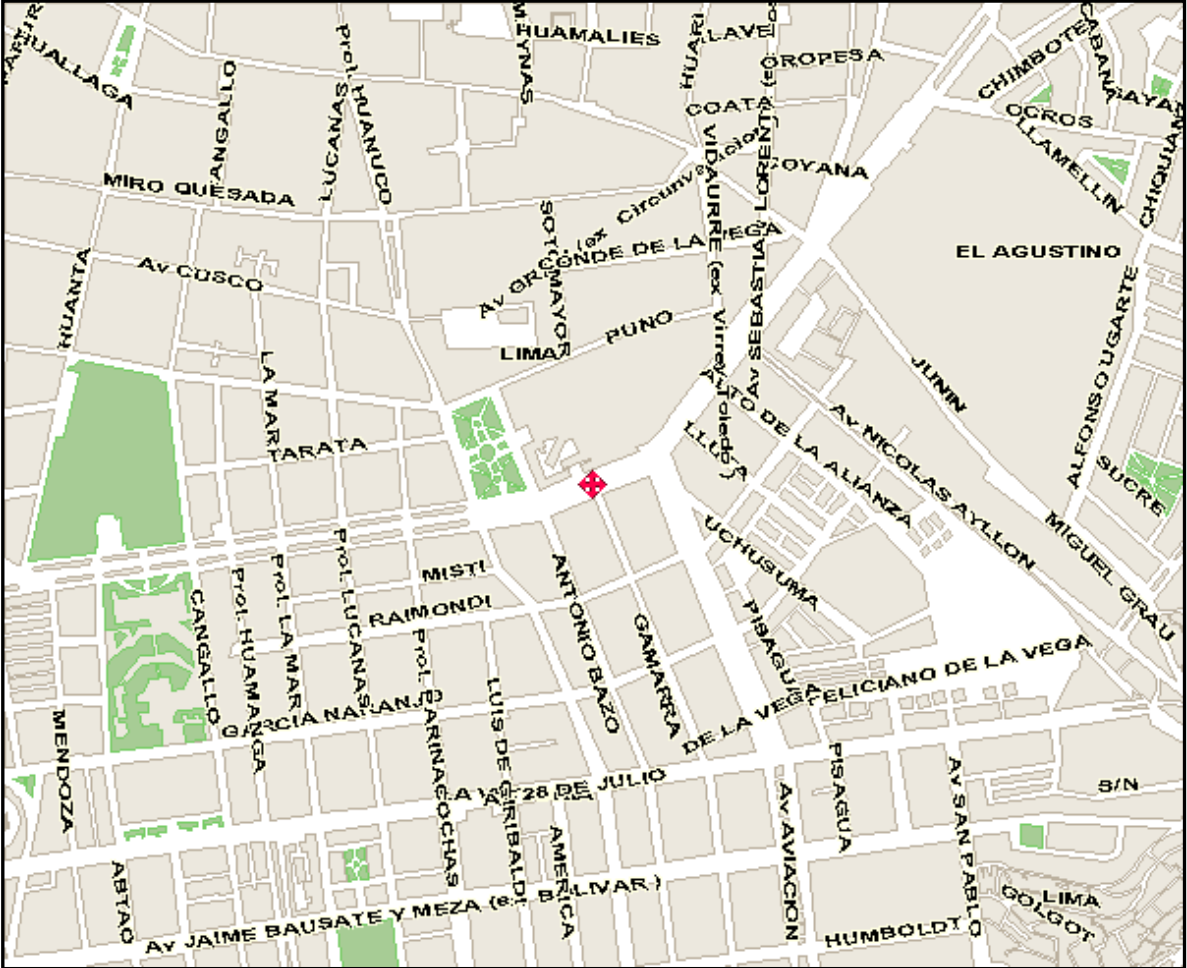
- 19 Zona de Taxis autorizados
- 20 Playas de Estacionamiento
- 21 Zona de Cambistas



**Principales Galerías y tiendas**

- 1 Galería Guizado ( Gamarra 620)
- 2 Galería El rey de Gamarra ( Gamarra 764)
- 3 Centro Comercial Parque Cánepa
- 4 Galería Centro Gamarra ( Gamarra 712)
- 5 Galería Los Portales ( Gamarra 564)
- 6 Galería Venero ( Gamarra 569)
- 7 Galería Gamarrita ( Gamarra 620)
- 8 Galería Azul ( Gamarra 840)
- 9 Galería Generales ( Gamarra 724)
- 10 Galería Monarca ( Gamarra 774)
- 11 Galería Mónica ( Gamarra 746)
- 12 Galería Santa Lucía ( Gamarra 756)
- 13 Galería Santa Rosa ( Gamarra 789-785)
- 14 Galería Oro Plaza ( Gamarra 735-754)
- 15 Galería Shangay ( Gamarra 779-781)
- 16 Galería La Koketa ( Gamarra 936)
- 17 Galería El Paraíso ( Sebastián Barranca 1560-1558)
- 18 Galería Wilmer ( Humboldt 465)
- 19 Galería Jeans ( Gamarra 465)
- 20 Centro Comercial Humboldt ( Humboldt 1630-1648 / Aviación 388)
- 21 La Sétima ( Gamarra, esquina con Unanue)
- 22 Galería San Miguel (Huánuco 1773-1779)
- 23 Galería Gamarrita ( Gamarra 620)
- 24 Galería Plaza ( Gamarra 620)
- 25 Centro Comercial El Centro ( Gamarra 953)
- 26 Galería 5ta. De Gamarra ( Gamarra 588)
- 27 Campo Ferial Santa Genara ( Gamarra 535)

**B. GAMARRA Y ALREDEDORES:**



C. MAPA.-



## IMÁGENES DEL SECTOR TEXTIL DE GAMARRA



## IMÁGENES DEL SECTOR TEXTIL DE GAMARRA



## IMÁGENES DEL SECTOR TEXTIL DE GAMARRA



 **¡¡ Excelente Oportunidad !!**  
**GALERIA COMERCIAL**  
En pleno Emporio de Gamarra

Empresarios, comerciantes, confeccionistas, aprovechen esta oportunidad. Adquiera su **Tienda Comercial**, con más de 80 negocios, con ascensor. 8 pisos + azotea.

**Area Construída 957.60 m2.**

**Precios de Ocasión**, negocios listos para invertir con áreas desde 3.15 m2 hasta 24.27 m2. Documentos en Orden.

**Nextel 142\*6173 102\*2298**  
**Oficina 9864 22020**  
**9877 81950**

## ANEXO 2

### MARCO MUESTRAL

#### (LISTADO DE GALERÍAS)

|    | <b>GALERIA</b>        | <b>DIRECCION</b>    |
|----|-----------------------|---------------------|
| 1  | El Nuevo Guizado      | 28 de Julio 2566    |
| 2  | baratillo             | Aviación 140        |
| 3  | G. Huancayo           | Aviación 174        |
| 4  | G. Majalay            | Aviación 190        |
| 5  | G. Mercadillo         | Aviación 180        |
| 6  | Frazadas              | Huanuco 1455        |
| 7  | Galería Bolívar       | Bausate y Meza 1636 |
| 8  | Galería Kayser        | Bausate y Meza 1577 |
| 9  | Galería princesa      | Bausate y Meza 1586 |
| 10 | Shanddai              | Bausate y Meza 1532 |
| 11 | Yola                  | Bausate y Meza 1576 |
| 12 | El Rey                | Bausate y Meza 1580 |
| 13 | G. Bausate y Meza     | Bausate y Meza 1535 |
| 14 | Virgen de la Asunción | Aviación 242        |
| 15 | La Once de Gamarra    | Gamarra 1141        |
| 16 | Galería Cuba          | Huanuco 1595        |
| 17 | De Oro                | Antonio Bazo 574    |
| 18 | Galería La Merced     | Huanuco 1557        |
| 19 | G. Niño de Jesús      | Antonio Bazo 551    |
| 20 | G. Sra. De la Merced  | Huanuco 1537 - 1541 |
| 21 | Don Micky             | América 251         |
| 22 | Galería Modicentro    | Antonio Bazo 536    |
| 23 | Guadalupe             | Huanuco 1539        |
| 24 | San José              | Antonio Bazo 580    |
| 25 | Nilo                  | Huanuco 1558        |
| 26 | Santa Maria           | Antonio Bazo 573    |
| 27 | Arequipa              | Humbolt 1527        |

|    | <b>GALERIA</b>         | <b>DIRECCION</b>                       |
|----|------------------------|--|
| 28 | G. 15                  | Humbolt 1559                           |
| 29 | Galería ArrivasPlata   | Humbolt 1501                           |
| 30 | La Quince              | Humbolt 1585                           |
| 31 | Santiago               | Humbolt 1541 - 1549 - Antonio Bazo 574 |
| 32 | Trebol                 | Humbolt 1583                           |
| 33 | C. Ferial Santa Rosita | Humbolt 1659                           |
| 34 | Galería El Cesar       | Humbolt 1642                           |
| 35 | Galería Wilmer         | Humbolt 1620                           |
| 36 | Galería Apiga          | Aviación 342                           |
| 37 | Centro C. Ciro         | Antonio Bazo 637                       |
| 38 | Addely                 | Huanuco 1773                           |
| 39 | América                | América 318                            |
| 40 | Amazonas               | Huanuco 1725                           |
| 41 | Parque Cánepa          | Antonio Bazo y Unánue                  |
| 42 | Aviación               | Aviación 312                           |
| 43 | Galería Zancatex       | Huanuco 1757                           |
| 44 | G. Acuario             | América 392                            |
| 45 | Galería Imperial       | Huanuco 1731                           |
| 46 | Galería Humbolt        | Aviación 308 / Humbolt 1650 - 1648     |
| 47 | Galería Libertad       | Huanuco 1761                           |
| 48 | G. El Tumi             | América 368                            |
| 49 | San Miguel             | Huanuco 1773 - 1779                    |
| 50 | Galería Yerba Santa    | Aviación 330                           |
| 51 | G. Ibañez              | América 366                            |
| 52 | C. Corporacion Rey     | Unánue 1571                            |
| 53 | Fella                  | Unánue 1520                            |
| 54 | Galería Leo            | Unánue 1568                            |
| 55 | Comercial H. Unánue    | Unánue 1617                            |
| 56 | Galería Éxito          | Unánue 1650                            |
| 57 | Ferial La Unión        | Aviación 354 - 370 - 368 - 352         |



|    | <b>GALERIA</b>                     | <b>DIRECCION</b>               |
|----|------------------------------------|--------------------------------|
| 58 | Galería Sol de Aviación            | Aviación 372                   |
| 59 | Buen Jesús                         | Aviación 414                   |
| 60 | Campo Ferial N°1 de Gamarra        | Gamarra 438                    |
| 61 | Antonio Bazo                       | Antonio Bazo 727               |
| 62 | G. Internacional                   | América 460                    |
| 63 | Colorado                           | Antonio Bazo 766               |
| 64 | Campo Ferial Los Polvos de Gamarra | Gamarra 460                    |
| 65 | Galería Monleone                   | Aviación 460 - 452             |
| 66 | El progreso                        | Gamarra 443                    |
| 67 | Diana                              | Antonio Bazo 760               |
| 68 | A.C Cesar Vallejo                  | América cuadra 4               |
| 69 | El Marquez                         | Antonio Bazo 772               |
| 70 | Jeans                              | Gamarra 465                    |
| 71 | Galería 2001                       | Aviación 464                   |
| 72 | Mayoristas                         | Gamarra 447                    |
| 73 | Galería Reyna                      | Antonio Bazo 785               |
| 74 | Mil Ofertas                        | Aviación 476                   |
| 75 | Rica                               | Antonio Bazo 728               |
| 76 | Señor de Luren                     | Antonio Bazo 719               |
| 77 | Victoria                           | Antonio Bazo 1527 - 712 - 796  |
| 78 | El Rey de Gamarra                  | Sebastian Barranca 1575        |
| 79 | El Rey de Barranca                 | Sebastian Barranca 1575        |
| 80 | Galería Amigos                     | Sebastian Barranca 1568        |
| 81 | Galería El Paraíso                 | Sebastian Barranca 1560 - 1558 |
| 82 | Galería San Luís                   | Sebastian Barranca 1568        |
| 83 | Galería Santa Ana                  | Sebastian Barranca 1574        |
| 84 | Sackura                            | Sebastian Barranca 1591        |
| 85 | El Favorito                        | Sebastian Barranca 1661        |
| 86 | Galería Aviación                   | Sebastian Barranca 1670        |
| 87 | Galería La Bella                   | Sebastian Barranca 1610        |

|     | <b>GALERIA</b>            | <b>DIRECCION</b>        |
|-----|---------------------------|-------------------------|
| 88  | Galería Liau              | Sebastian Barranca 1686 |
| 89  | Galería San Sebastian     | Sebastian Barranca 1646 |
| 90  | Viceli                    | Sebastian Barranca 1673 |
| 91  | Galería Cristo Morado     | Antonio Bazo 873        |
| 92  | Amafe                     | Gamarra 525             |
| 93  | Campo Ferial Santa Genara | Gamarra 535             |
| 94  | Del calzado               | Gamarra 540             |
| 95  | El Mundo del calzado      | Gamarra 521             |
| 96  | Ind. La Victoria          | Gamarra 555             |
| 97  | La Quinta de Gamarra      | Gamarra 588             |
| 98  | Los Portales              | Gamarra 564             |
| 99  | Nuevo Milenio             | Gamarra 525             |
| 100 | Venero                    | Gamarra 569             |
| 101 | Galería Yuyi              | San Cristóbal 1636      |
| 102 | Galería 1573              | San Cristóbal 1573      |
| 103 | Galería 1579              | San Cristóbal 1579      |
| 104 | Galería Industrial Real   | San Cristóbal 1583      |
| 105 | Santa Luisa               | San Cristóbal 1516      |
| 106 | C. C Gamarrita            | Gamarra 620             |
| 107 | Campo Ferial Santa Rosa   | Antonio Bazo 982        |
| 108 | G. Esther                 | Gamarra 630             |
| 109 | Galería de Todo Gamarra   | Gamarra 681             |
| 110 | Galería El Triunfo        | Gamarra 641             |
| 111 | Galería Guizado           | Gamarra 654             |
| 112 | Galería Kriss y Ali       | Gamarra 613             |
| 113 | Galería La Florida        | Gamarra 638             |
| 114 | Galería Las Malvinas      | Gamarra 661             |
| 115 | Galería Las Mercedes      | Gamarra 635             |
| 116 | Galería Plaza             | Gamarra 653 - 656 - 655 |
| 117 | Galería Segura            | Gamarra 695             |
| 118 | Galería Sol de Fátima     | Gamarra 657             |
| 119 | Gamarra 607               | Gamarra 607             |

|     | <b>GALERIA</b>                     | <b>DIRECCION</b>          |
|-----|------------------------------------|---------------------------|
| 120 | Gamarra 627                        | Gamarra 627               |
| 121 | Centro Comercial Carmelitas        | Isabel La Católica 1639   |
| 122 | Galería Los Confeccionista         | Isabel La Católica 1666   |
| 123 | Santa Clara                        | Isabel La Católica 1611   |
| 124 | C. F El Damero                     | Isabel La Católica 1579   |
| 125 | Isabel La Católica                 | Isabel La Católica 1590   |
| 126 | C. C San Jorge                     | Gamarra 790               |
| 127 | G. Centro Gamarra                  | Gamarra 712               |
| 128 | El Carmen                          | Gamarra 765               |
| 129 | Fantomas                           | Gamarra 780               |
| 130 | G. Centro Gamarra                  | Gamarra 712               |
| 131 | Galería Santa Leonor               | Gamarra 768               |
| 132 | Galería Generales                  | Gamarra 724               |
| 133 | Galería Monarca                    | Gamarra 774               |
| 134 | Galería Mónica                     | Gamarra 746               |
| 135 | Galería Santa Lucia                | Gamarra 756               |
| 136 | Galería Santa Rosa                 | Gamarra 789 - 785         |
| 137 | Nueva Imagen                       | Gamarra 765               |
| 138 | Oro - Plaza                        | Gamarra 735 - 754         |
| 139 | Shangai                            | Gamarra 779 - 781         |
| 140 | Campo Ferial Milenium              | Italia 1572               |
| 141 | Campo Ferial Señor de Cachuy       | Italia 1584               |
| 142 | Centro Comercial Gonzáles<br>Hnos. | Gamarra 889               |
| 143 | Galería Azul                       | Gamarra 840               |
| 144 | Galería La Mina                    | Gamarra 811               |
| 145 | Galería Los Fabricantes            | Gamarra 853               |
| 146 | Campo Ferial Copacabana            | Gamarra (953) - 939 - 947 |
| 147 | Campo Ferial Don José              | Gamarra 931 - 933         |
| 148 | El centro                          | Gamarra 953               |
| 149 | G. El Dorado                       | Gamarra 906               |
| 150 | Centro Comercial Estilo            | Gamarra 949               |

|     | <b>GALERIA</b>                        | <b>DIRECCION</b> |
|-----|---------------------------------------|------------------|
| 151 | Centro Comercial Ramírez              | Gamarra 981      |
| 152 | La Koketa                             | Gamarra 936      |
| 153 | Campo Ferial La Portada de<br>gamarra | Gamarra 1037     |
| 154 | Centro de la Moda                     | Gamarra 1085     |
| 155 | Cristo Rey                            | Gamarra 1048     |
| 156 | G. Señor de Chacos                    | Gamarra 1072     |
| 157 | G. Tomasini                           | Gamarra 1020     |
| 158 | G. Miramar                            | Gamarra 1010     |
| 159 | Centro Comercial Ya                   | Gamarra 1043     |
| 160 | Bonanza                               | Gamarra 1132     |
| 161 | Galería Bonanza                       | Gamarra 1108     |
| 162 | La Once de Gamarra                    | Gamarra 1141     |

## ANEXO 3

### SELECCIÓN DE PYMES (PUESTOS) EN LAS GALERIAS

#### Pasos a seguir:

#### 1) Selección de piso en la galería:

Se seleccionara un piso de la galería de la siguiente manera:

- Numerar los pisos desde la inferior hasta la superior
- Coger la tabla de números aleatorios
- Buscar en la tabla la Columna que Corresponda al "numero de orden de la entrevista "
- Buscar la fila que corresponda al "número de pisos"
- En el cruce de la fila y esa columna estará el número que corresponda a la planta que hay que seleccionar

#### 2) Selección del puesto:

Se seleccionara un puesto del piso de la misma forma en que se seleccionó los pisos

- Buscar en la tabla de números aleatorios la intersección entre la columna que indica el "número de orden de la entrevista " y la fila que indica el "número de puestos en el piso "

### ANEXO 3

#### SELECCIÓN DE GALERIAS DE LA MUESTRA

|    | <b>GALERIA</b>             | <b>DIRECCION</b>                   |
|----|----------------------------|------------------------------------|
| 1  | Galería Guizado            | Gamarra 654                        |
| 2  | El Rey de Gamarra          | Sebastian Barranca 1575            |
| 3  | Parque Cánepa              | Antonio Bazo y Unánue              |
| 4  | Galería Santa Lucia        | Gamarra 756                        |
| 5  | Galería Azul               | Gamarra 840                        |
| 6  | Galería Yuyi               | San Cristóbal 1636                 |
| 7  | Galería Aviación           | Sebastian Barranca 1670            |
| 8  | C. C Gamarrita             | Gamarra 620                        |
| 9  | Galería Plaza              | Gamarra 653 - 656 - 655            |
| 10 | Galería Reyna              | Antonio Bazo 785                   |
| 11 | Galería Amigos             | Sebastian Barranca 1568            |
| 12 | El Rey de Barranca         | Sebastian Barranca 1575            |
| 13 | Galería Santa Rosa         | Gamarra 789 - 785                  |
| 14 | Galería Humbolt            | Aviación 308 / Humbolt 1650 - 1648 |
| 15 | Galería Monarca            | Gamarra 774                        |
| 16 | Galería El Paraíso         | Sebastian Barranca 1560 - 1558     |
| 17 | C. C Gamarra               | Gamarra 705                        |
| 18 | Galería Generales          | Gamarra 724                        |
| 19 | Galería Zancatex           | Huanuco 1757                       |
| 20 | Galería Las Malvinas       | Gamarra 661                        |
| 21 | G. Centro Gamarra          | Gamarra 712                        |
| 22 | Galería Yerba Santa        | Aviación 330                       |
| 23 | Galería Los Confeccionista | Isabel La Católica 1666            |
| 24 | G. Esther                  | Gamarra 630                        |
| 25 | Galería Las Mercedes       | Gamarra 635                        |
| 26 | Galería princesa           | Bauzate y Meza 1586                |
| 27 | Galería La Mina            | Gamarra 811                        |
| 28 | Galería La Florida         | Gamarra 638                        |
| 29 | Centro Comercial Estilo    | Gamarra 949                        |

|    | <b>GALERIA</b>          | <b>DIRECCION</b>        |
|----|-------------------------|-------------------------|
| 30 | G. Señor de Chacos      | Gamarra 1072            |
| 31 | Galería El Cesar        | Humbolt 1642            |
| 32 | Galería Mónica          | Gamarra 746             |
| 33 | Galería Leo             | Unánue 1568             |
| 34 | Galería Industrial Real | San Cristóbal 1583      |
| 35 | Centro Comercial Ya     | Gamarra 1043            |
| 36 | G. Miramar              | Gamarra 1010            |
| 37 | Comercial H. Unánue     | Unánue 1617             |
| 38 | Galería Bolívar         | Bauzate y Meza 1636     |
| 39 | G. Ibañez               | América 366             |
| 40 | Galería Wilmer          | Humbolt 1620            |
| 41 | Galería 2001            | Aviación 464            |
| 42 | Galería La Bella        | Sebastian Barranca 1610 |
| 43 | G. El Dorado            | Gamarra 906             |
| 44 | C. C San Jorge          | Gamarra 790             |
| 45 | Galería La Merced       | Huanuco 1557            |
| 46 | Galería Monleone        | Aviación 460 - 452      |
| 47 | G. Internacional        | América 460             |
| 48 | G. Sra. De la Merced    | Huanuco 1537 - 1541     |
| 49 | Galería Bonanza         | Gamarra 1108            |
| 50 | Gamarra 607             | Gamarra 607             |
| 51 | Galería de Todo Gamarra | Gamarra 681             |
| 52 | Galería ArrivasPlata    | Humbolt 1501            |
| 53 | Galería Kayser          | Bauzate y Meza 1577     |
| 54 | Galería Sol de Fátima   | Gamarra 657             |
| 55 | G. Mercadillo           | Aviación 180            |
| 56 | G. Acuario              | América 392             |
| 57 | Galería 1579            | San Cristóbal 1579      |
| 58 | Galería Sol de Aviación | Aviación 372            |
| 59 | Galería Apiga           | Aviación 342            |
| 60 | La Koketa               | Gamarra 936             |

### **ANEXO 3**

## TABLA DE NUMEROS ALEATORIOS

|                       |    | N° de orden de la encuesta |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|-----------------------|----|----------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
|                       |    | 1                          | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| N° de pisos o puestos | 1  | 1                          | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  |
|                       | 2  | 2                          | 1  | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  | 1  | 1  | 2  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  |
|                       | 3  | 2                          | 1  | 1  | 3  | 1  | 2  | 3  | 1  | 2  | 1  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  |
|                       | 4  | 2                          | 4  | 1  | 3  | 1  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 2  | 2  | 3  | 2  | 1  |
|                       | 5  | 2                          | 4  | 3  | 3  | 5  | 3  | 1  | 1  | 5  | 5  | 2  | 4  | 2  | 1  | 4  |
|                       | 6  | 5                          | 4  | 1  | 5  | 2  | 6  | 3  | 1  | 3  | 4  | 5  | 6  | 2  | 2  | 3  |
|                       | 7  | 4                          | 7  | 5  | 2  | 6  | 5  | 7  | 3  | 1  | 1  | 2  | 2  | 3  | 6  | 4  |
|                       | 8  | 1                          | 7  | 5  | 4  | 4  | 6  | 6  | 3  | 2  | 2  | 8  | 1  | 2  | 5  | 8  |
|                       | 9  | 2                          | 4  | 8  | 2  | 8  | 3  | 4  | 9  | 1  | 7  | 7  | 1  | 5  | 3  | 6  |
|                       | 10 | 2                          | 4  | 7  | 8  | 10 | 10 | 5  | 8  | 9  | 5  | 3  | 2  | 6  | 1  | 1  |
|                       | 11 | 8                          | 5  | 11 | 4  | 1  | 3  | 2  | 9  | 7  | 6  | 7  | 10 | 4  | 6  | 10 |
|                       | 12 | 12                         | 2  | 7  | 1  | 11 | 6  | 3  | 9  | 12 | 3  | 5  | 10 | 8  | 7  | 4  |
|                       | 13 | 10                         | 12 | 13 | 9  | 3  | 13 | 2  | 5  | 7  | 4  | 6  | 9  | 8  | 11 | 1  |
|                       | 14 | 10                         | 1  | 13 | 14 | 11 | 13 | 6  | 5  | 8  | 3  | 12 | 9  | 4  | 2  | 7  |
|                       | 15 | 11                         | 3  | 13 | 8  | 15 | 12 | 7  | 1  | 2  | 6  | 9  | 14 | 10 | 5  | 4  |
|                       | 16 | 3                          | 16 | 12 | 16 | 2  | 11 | 3  | 1  | 8  | 16 | 11 | 8  | 12 | 6  | 1  |
|                       | 17 | 6                          | 14 | 11 | 7  | 14 | 6  | 10 | 16 | 6  | 7  | 1  | 6  | 11 | 8  | 10 |
|                       | 18 | 11                         | 7  | 13 | 15 | 2  | 11 | 6  | 18 | 8  | 12 | 16 | 17 | 4  | 11 | 16 |
|                       | 19 | 16                         | 5  | 10 | 10 | 4  | 18 | 17 | 9  | 4  | 9  | 12 | 8  | 3  | 6  | 18 |
|                       | 20 | 6                          | 12 | 13 | 10 | 10 | 12 | 20 | 7  | 6  | 17 | 3  | 12 | 6  | 17 | 18 |
|                       | 21 | 10                         | 9  | 10 | 7  | 2  | 1  | 7  | 2  | 5  | 17 | 14 | 15 | 18 | 15 | 12 |
|                       | 22 | 21                         | 20 | 4  | 18 | 7  | 10 | 16 | 1  | 6  | 11 | 5  | 22 | 5  | 4  | 18 |
|                       | 23 | 6                          | 20 | 4  | 5  | 23 | 2  | 16 | 7  | 10 | 3  | 8  | 9  | 14 | 7  | 12 |
|                       | 24 | 7                          | 14 | 7  | 6  | 18 | 17 | 23 | 9  | 13 | 19 | 24 | 18 | 4  | 20 | 2  |
|                       | 25 | 1                          | 23 | 14 | 10 | 4  | 15 | 16 | 20 | 18 | 13 | 16 | 19 | 4  | 14 | 6  |



## TABLA DE NUMEROS ALEATORIOS

|                       |    | N° de orden de la encuesta |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|-----------------------|----|----------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
|                       |    | 1                          | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| N° de pisos o puestos | 26 | 25                         | 20 | 25 | 18 | 17 | 24 | 4  | 21 | 13 | 15 | 18 | 6  | 20 | 9  | 11 |
|                       | 27 | 22                         | 12 | 22 | 14 | 24 | 28 | 5  | 17 | 13 | 4  | 26 | 15 | 14 | 22 | 8  |
|                       | 28 | 20                         | 25 | 24 | 19 | 25 | 8  | 1  | 23 | 5  | 18 | 28 | 4  | 2  | 27 | 18 |
|                       | 29 | 9                          | 15 | 12 | 17 | 20 | 8  | 26 | 22 | 6  | 14 | 12 | 2  | 15 | 14 | 17 |
|                       | 30 | 6                          | 20 | 30 | 14 | 21 | 18 | 16 | 1  | 12 | 29 | 30 | 21 | 17 | 10 | 13 |
|                       | 31 | 29                         | 25 | 19 | 31 | 28 | 23 | 19 | 6  | 21 | 11 | 27 | 20 | 1  | 17 | 19 |
|                       | 32 | 15                         | 7  | 9  | 21 | 20 | 4  | 14 | 4  | 22 | 4  | 7  | 1  | 30 | 1  | 10 |
|                       | 33 | 5                          | 18 | 33 | 30 | 29 | 28 | 5  | 25 | 18 | 7  | 12 | 20 | 6  | 23 | 32 |
|                       | 34 | 16                         | 12 | 32 | 32 | 22 | 18 | 25 | 20 | 18 | 2  | 25 | 16 | 31 | 3  | 9  |
|                       | 35 | 16                         | 21 | 21 | 27 | 11 | 30 | 35 | 20 | 19 | 33 | 12 | 8  | 21 | 5  | 30 |
|                       | 36 | 14                         | 17 | 23 | 20 | 26 | 29 | 2  | 31 | 6  | 27 | 10 | 14 | 33 | 27 | 9  |
|                       | 37 | 32                         | 5  | 20 | 29 | 17 | 5  | 37 | 10 | 19 | 4  | 21 | 22 | 2  | 17 | 15 |
|                       | 38 | 4                          | 21 | 24 | 37 | 24 | 5  | 9  | 8  | 16 | 15 | 30 | 16 | 24 | 37 | 9  |
|                       | 39 | 15                         | 35 | 12 | 25 | 32 | 35 | 20 | 31 | 34 | 15 | 14 | 6  | 5  | 17 | 35 |
|                       | 40 | 35                         | 5  | 16 | 33 | 16 | 29 | 36 | 39 | 13 | 5  | 38 | 19 | 19 | 31 | 39 |
|                       | 41 | 36                         | 13 | 16 | 30 | 36 | 8  | 1  | 16 | 5  | 16 | 33 | 1  | 15 | 6  | 7  |
|                       | 42 | 40                         | 11 | 40 | 1  | 36 | 9  | 34 | 12 | 33 | 38 | 9  | 24 | 36 | 6  | 29 |
|                       | 43 | 39                         | 21 | 41 | 34 | 27 | 21 | 41 | 35 | 37 | 10 | 24 | 42 | 34 | 23 | 4  |
|                       | 44 | 40                         | 36 | 8  | 6  | 11 | 36 | 33 | 15 | 16 | 1  | 39 | 26 | 28 | 27 | 42 |
|                       | 45 | 17                         | 25 | 26 | 34 | 10 | 20 | 30 | 35 | 42 | 43 | 30 | 34 | 17 | 27 | 13 |
| 46                    | 12 | 17                         | 26 | 27 | 24 | 39 | 38 | 39 | 32 | 42 | 39 | 12 | 45 | 6  | 23 |    |
| 47                    | 23 | 45                         | 36 | 27 | 21 | 17 | 7  | 36 | 20 | 32 | 2  | 4  | 30 | 47 | 21 |    |
| 48                    | 35 | 13                         | 40 | 1  | 2  | 5  | 19 | 37 | 1  | 10 | 44 | 48 | 26 | 30 | 14 |    |
| 49                    | 16 | 30                         | 25 | 42 | 2  | 4  | 12 | 7  | 35 | 31 | 38 | 3  | 35 | 47 | 3  |    |
| 50                    | 41 | 41                         | 7  | 43 | 9  | 6  | 13 | 17 | 17 | 44 | 46 | 19 | 32 | 32 | 14 |    |

## TABLA DE NUMEROS ALEATORIOS

|                       |    | N° de orden de la encuesta |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|-----------------------|----|----------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
|                       |    | 1                          | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| N° de pisos o puestos | 51 | 22                         | 46 | 34 | 8  | 22 | 29 | 11 | 39 | 49 | 24 | 46 | 51 | 3  | 19 | 40 |
|                       | 52 | 30                         | 37 | 39 | 5  | 14 | 38 | 39 | 28 | 36 | 20 | 8  | 27 | 41 | 30 | 42 |
|                       | 53 | 5                          | 35 | 32 | 35 | 1  | 3  | 34 | 1  | 33 | 15 | 10 | 18 | 1  | 51 | 44 |
|                       | 54 | 18                         | 49 | 19 | 15 | 50 | 42 | 53 | 5  | 16 | 13 | 42 | 28 | 47 | 34 | 19 |
|                       | 55 | 20                         | 9  | 8  | 5  | 4  | 27 | 25 | 35 | 10 | 17 | 13 | 6  | 13 | 16 | 47 |
|                       | 56 | 41                         | 51 | 26 | 18 | 36 | 35 | 24 | 22 | 23 | 49 | 28 | 39 | 35 | 11 | 21 |
|                       | 57 | 42                         | 43 | 54 | 23 | 11 | 10 | 37 | 13 | 42 | 52 | 1  | 36 | 30 | 25 | 47 |
|                       | 58 | 40                         | 3  | 8  | 36 | 15 | 37 | 9  | 15 | 17 | 6  | 45 | 4  | 15 | 28 | 46 |
|                       | 59 | 50                         | 22 | 16 | 7  | 10 | 58 | 52 | 41 | 15 | 26 | 25 | 51 | 38 | 24 | 10 |
|                       | 60 | 10                         | 22 | 37 | 11 | 57 | 51 | 42 | 29 | 34 | 26 | 39 | 50 | 58 | 59 | 60 |
|                       | 61 | 48                         | 14 | 52 | 37 | 60 | 38 | 49 | 31 | 52 | 15 | 20 | 33 | 10 | 43 | 25 |
|                       | 62 | 38                         | 14 | 23 | 59 | 23 | 59 | 3  | 42 | 11 | 9  | 7  | 55 | 46 | 4  | 58 |
|                       | 63 | 16                         | 51 | 27 | 33 | 45 | 50 | 10 | 29 | 44 | 2  | 59 | 62 | 23 | 2  | 59 |
|                       | 64 | 4                          | 39 | 3  | 28 | 59 | 54 | 12 | 24 | 48 | 55 | 48 | 12 | 51 | 21 | 53 |
|                       | 65 | 23                         | 65 | 27 | 48 | 4  | 54 | 25 | 48 | 13 | 37 | 15 | 8  | 28 | 45 | 56 |
|                       | 66 | 58                         | 24 | 18 | 5  | 39 | 60 | 58 | 42 | 61 | 22 | 39 | 1  | 61 | 30 | 60 |
|                       | 67 | 25                         | 61 | 50 | 67 | 40 | 33 | 16 | 61 | 21 | 31 | 66 | 37 | 27 | 30 | 51 |
|                       | 68 | 31                         | 61 | 57 | 48 | 36 | 42 | 43 | 39 | 30 | 13 | 62 | 12 | 28 | 27 | 65 |
|                       | 69 | 9                          | 22 | 68 | 6  | 54 | 16 | 23 | 16 | 52 | 19 | 13 | 1  | 18 | 10 | 20 |
|                       | 70 | 25                         | 4  | 54 | 31 | 63 | 55 | 21 | 49 | 38 | 14 | 17 | 31 | 11 | 5  | 49 |
|                       | 71 | 22                         | 30 | 68 | 29 | 67 | 5  | 27 | 32 | 52 | 26 | 54 | 30 | 31 | 37 | 26 |
|                       | 72 | 16                         | 1  | 31 | 34 | 61 | 25 | 30 | 23 | 22 | 65 | 10 | 58 | 43 | 66 | 72 |
|                       | 73 | 8                          | 57 | 15 | 11 | 26 | 19 | 57 | 45 | 43 | 27 | 23 | 16 | 32 | 62 | 54 |
|                       | 74 | 30                         | 48 | 26 | 43 | 9  | 38 | 66 | 73 | 48 | 12 | 40 | 32 | 65 | 37 | 67 |
|                       | 75 | 70                         | 40 | 59 | 18 | 71 | 34 | 46 | 31 | 48 | 45 | 3  | 61 | 43 | 34 | 67 |

## TABLA DE NUMEROS ALEATORIOS

|                       |     | N° de orden de la encuesta |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|-----------------------|-----|----------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
|                       |     | 1                          | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| N° de pisos o puestos | 76  | 13                         | 9  | 29 | 24 | 67 | 59 | 25 | 31 | 62 | 72 | 69 | 34 | 60 | 19 | 68 |
|                       | 77  | 27                         | 35 | 62 | 43 | 59 | 76 | 69 | 10 | 72 | 12 | 56 | 77 | 50 | 41 | 14 |
|                       | 78  | 42                         | 59 | 31 | 32 | 7  | 75 | 73 | 11 | 72 | 48 | 74 | 52 | 78 | 11 | 57 |
|                       | 79  | 29                         | 71 | 55 | 31 | 25 | 55 | 22 | 54 | 18 | 28 | 4  | 18 | 67 | 6  | 8  |
|                       | 80  | 18                         | 73 | 39 | 34 | 20 | 5  | 8  | 74 | 25 | 53 | 28 | 21 | 64 | 71 | 63 |
|                       | 81  | 46                         | 61 | 68 | 5  | 8  | 19 | 4  | 73 | 53 | 14 | 69 | 36 | 9  | 42 | 49 |
|                       | 82  | 31                         | 39 | 43 | 50 | 75 | 66 | 81 | 75 | 81 | 58 | 37 | 80 | 39 | 72 | 80 |
|                       | 83  | 9                          | 58 | 2  | 58 | 55 | 8  | 55 | 50 | 33 | 34 | 50 | 6  | 34 | 41 | 18 |
|                       | 84  | 17                         | 8  | 78 | 63 | 58 | 48 | 55 | 18 | 68 | 77 | 35 | 51 | 21 | 3  | 84 |
|                       | 85  | 40                         | 80 | 28 | 56 | 77 | 4  | 53 | 54 | 47 | 6  | 81 | 9  | 55 | 37 | 23 |
|                       | 86  | 58                         | 75 | 51 | 74 | 38 | 49 | 6  | 46 | 5  | 51 | 81 | 70 | 68 | 57 | 81 |
|                       | 87  | 5                          | 83 | 30 | 4  | 76 | 72 | 43 | 52 | 64 | 54 | 64 | 38 | 19 | 41 | 26 |
|                       | 88  | 53                         | 30 | 24 | 35 | 45 | 86 | 68 | 33 | 22 | 5  | 74 | 34 | 26 | 44 | 10 |
|                       | 89  | 74                         | 64 | 4  | 64 | 79 | 69 | 45 | 1  | 42 | 46 | 2  | 1  | 41 | 80 | 69 |
|                       | 90  | 45                         | 6  | 76 | 3  | 76 | 9  | 82 | 74 | 88 | 36 | 18 | 84 | 54 | 6  | 65 |
|                       | 91  | 77                         | 26 | 20 | 34 | 75 | 31 | 68 | 84 | 87 | 67 | 59 | 68 | 87 | 18 | 44 |
|                       | 92  | 78                         | 24 | 7  | 9  | 15 | 71 | 21 | 34 | 43 | 34 | 28 | 67 | 41 | 35 | 40 |
|                       | 93  | 85                         | 16 | 19 | 13 | 38 | 68 | 72 | 41 | 72 | 58 | 56 | 70 | 54 | 52 | 85 |
|                       | 94  | 83                         | 62 | 4  | 14 | 25 | 34 | 57 | 31 | 43 | 17 | 12 | 79 | 84 | 60 | 2  |
|                       | 95  | 58                         | 84 | 7  | 41 | 57 | 71 | 65 | 1  | 23 | 84 | 48 | 19 | 1  | 27 | 38 |
|                       | 96  | 46                         | 77 | 2  | 37 | 56 | 82 | 83 | 7  | 8  | 44 | 3  | 14 | 88 | 94 | 19 |
|                       | 97  | 58                         | 25 | 60 | 41 | 55 | 51 | 57 | 56 | 37 | 79 | 91 | 69 | 27 | 81 | 95 |
|                       | 98  | 83                         | 39 | 70 | 50 | 61 | 98 | 81 | 28 | 67 | 79 | 41 | 64 | 4  | 4  | 54 |
|                       | 99  | 93                         | 10 | 70 | 82 | 78 | 54 | 78 | 54 | 56 | 49 | 11 | 86 | 76 | 39 | 71 |
|                       | 100 | 30                         | 89 | 18 | 74 | 48 | 30 | 18 | 60 | 80 | 49 | 24 | 55 | 82 | 73 | 74 |

## ANEXO 4

### INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

#### A. ENCUESTA

**“UTILIZACIÓN DEL MÉTODO CONTABLE PARA VALORIZAR EL PATRIMONIO DE LAS EMPRESAS (SECTOR TEXTIL DE GAMARRA, LIMA – PERÚ)”**

**Dirigido a: Empresarios PYMES del Sector Textil de Gamarra**

#### PREGUNTAS

1. Conoce el Valor (Precio) de su Empresa

| SI | NO |
|----|----|
|    |    |

2. Para conocer la valorización de su empresa (para su posible venta) a que profesional recurría:

|                   |  |
|-------------------|--|
| A. Economista     |  |
| B. Contador       |  |
| C. Esp. Marketing |  |
| D. Otro           |  |

3. ¿Usted tiene presente como precio referencial, el valor en libros realizado por el contador?

| SI | NO |
|----|----|
|    |    |

4. ¿Aparte de la valorización de la empresa dada en los libros (de contabilidad) conoce otros métodos?

|    |    |
|----|----|
| SI | NO |
|    |    |

- ▶ De ser afirmativa su respuesta a la pregunta 4, señale qué métodos de valorización de empresas conoce:

|    |  |
|----|--|
| 1. |  |
| 2. |  |
| 3. |  |

5. ¿Qué factores cree Usted que hacen que su empresa tenga mayor precio que el señalado en los libros (para valorizar su patrimonio). Enumérelas por orden de importancia.

|  |                          |
|--|--------------------------|
|  | Marca                    |
|  | Posicionamiento          |
|  | Clientes                 |
|  | Calidad de los productos |
|  | Prestigio                |
|  | Otros                    |

6. ¿Usted modificaría el Precio (Valor) de su empresa para efectos de la tributación?

|    |    |
|----|----|
| SI | NO |
|    |    |

|                         |  |
|-------------------------|--|
| Nombre del Encuestador: |  |
| Empresa Encuestada:     |  |

## B. ENTREVISTA A CPCC SOBRE EL MÉTODO CONTABLE

Dirigido a:

1. ¿Qué ventajas encuentra usted en la utilización del Método Contable para valorizar el patrimonio de las empresas?

---

---

---

---

2. ¿Qué desventajas o limitaciones encuentra en el Método Contable, en la valorización de la empresa que se pondrá en venta?

---

---

---

---

3. ¿Qué intangible cree Usted que ha influido (o influirá) en el incremento del valor de la empresa?

---

---

---

---

4. ¿Cree Usted que los tributos contribuirán a generar distorsiones o contradicciones en la valorización o en el precio real de venta de la empresa?

---

---

---