

Notas a los Estados Contables de Supermercados y la inclusión de diversos indicadores en las mismas



UNIVERSIDAD DE LA REPUBLICA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y DE
ADMINISTRACION TRABAJO MONOGRÁFICO PARA OBTENER EL TÍTULO DE
CONTADOR PÚBLICO

Eduardo Friss de Kereki Bettoni - María Belén Ibáñez Hernández
Tutor: Profesor Cr. Bolívar Gutiérrez
Cátedra Contabilidad Básica

Montevideo, URUGUAY
Abril 2012

Página de Aprobación

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRACION

El tribunal docente integrado por los abajo firmantes aprueba la Monografía:

Título

.....
.....

Autor

.....

Tutor

.....

Carrera

.....

Cátedra

.....

Puntaje

.....

Tribunal

Profesor.....(nombre y firma).

Profesor.....(nombre y firma).

Profesor.....(nombre y firma).

FECHA.....

Abstract

El presente trabajo monográfico, tiene como principal objetivo dar a conocer las particularidades de las Notas a los Estados Contables de Supermercados, realizando para ello un análisis detallado de todas las revelaciones que exige la normativa vigente.

Es motivo de estudio, investigar también la importancia relativa que tiene para estas empresas el aspecto medio ambiental, la responsabilidad social, la posibilidad de incluir un nuevo Estado Contable que refleje los recursos invertidos en políticas sociales y medioambientales.

Además, estudia las relaciones con los distintos organismos de contralor y el cumplimiento de las regulaciones vigentes. Parte del trabajo se destina al desarrollo de las distintas certificaciones de calidad que pueden alcanzar los Supermercados, generando para los mismos, distinción y valor agregado.

La investigación incluye un análisis del marco teórico aplicable, definiendo el concepto de Notas a los Estados Contables, y su aplicación en la información contable de un Supermercado, en el marco de las normas contables a nivel nacional e internacional.

Seguidamente se estudia un Modelo General de Notas a los Estados Contables aplicables a los Informes Contables de cualquier rubro, que luego incluye un profundo análisis que expone un Modelo Específico de Notas a los Estados Contables de Supermercados. De éste análisis, se extraen conclusiones acerca de la correcta exposición de Notas a los Estados Contables del rubro afectado al presente trabajo.

Agradecimientos

Simplemente agradecer en primer lugar a nuestro estimado coordinador Bolívar Gutiérrez, por haber depositado su confianza en nosotros y brindarnos la oportunidad de realizar el presente trabajo monográfico.

Hacemos llegar nuestro agradecimiento también al Profesor César Cendoya, quién sin dudarlo respaldó nuestro tema de investigación monográfico.

Por último a todos los que colaboraron en nuestra labor, brindando información fundamental para el mismo, destacando a los jefes de contaduría de las principales cadenas de supermercados de nuestro país: Cr. Martín López Badani, Cr. Héctor Correa y Cr. Alejandro Abisab, en representación de Tienda Inglesa, Devoto y Disco respectivamente.

Índice

1.	Introducción	3
1.1	Concepto.....	3
1.2	Alcance y Justificación.....	3
1.3	Metodología.....	4
2.	Supermercados	6
2.1	Definición	6
2.2	Características	7
2.3	Marco Jurídico en el Uruguay	9
2.3.1	Legislación y Regulación Estatal.....	9
2.4	Certificaciones de calidad.....	20
2.4.1	Certificación APPCC	22
2.4.2	Normas UNIT-ISO 9000.....	24
2.4.3	Normas UNIT-ISO 14000.....	27
2.4.4	Normas UNIT-ISO 22000.....	29
2.4.5	Normas EN 16001 - ISO 50001	31
2.4.6	Otras certificaciones.....	33
2.5	Responsabilidad Social Empresaria	33
2.5.1	Concepto	33
2.5.2	DERES	34
2.5.3	Impacto medioambiental.....	37
2.5.4	Compromiso Social.....	38
2.5.5	Un nuevo estado contable	40
3.	Notas a los Estados Contables.....	48
3.1	Concepto.....	48
3.2	Aspectos Generales	49
3.3	Estructura.....	50
4.	Normativa Contable	51
4.1	Concepto.....	51
4.2	Normativa Contable en el ámbito internacional.....	52

4.2.1	IASC.....	53
4.2.2	IASB.....	53
4.3	Normativa Nacional	55
4.3.1	Normas Legales y Principales Decretos reglamentarios.....	56
4.3.2	Pronunciamientos del CCEAU	73
4.4	Modelo contable adoptado	76
5.	Modelo General de Notas a los Estados Contables.....	77
	Notas a los Estados Contables	87
5.1	Nota 1 - Información básica sobre la empresa	87
5.2	Nota 2 - Estados Contables.....	91
5.3	Nota 3 - Principales políticas contables.....	91
5.4	Nota 4 - Posición en Moneda Extranjera.....	121
5.5	Nota 5 - Referente al Estado de Situación.....	123
5.6	Nota 6 - Referente al Estado de Resultados	132
5.7	Nota 7 – Referente al Estado de Origen y Aplicación de Fondos	135
5.8	Nota 8 – Servicios o bienes por cuenta y orden de terceros.....	136
5.9	Nota 9 – Litigios, compromisos y contingencias	137
5.10	Nota 10 – Administración de riesgos financieros	138
5.11	Nota 11 – Segmentos de Operaciones.....	145
5.12	Nota 12 – Hechos posteriores.....	150
6.	Entrevistas	152
7.	Modelo Específico de Notas a Estados Contables de Supermercados.....	160
7.1	Determinación del beneficio.....	160
7.2	Bienes de Uso e Intangibles	168
7.3	Bienes de Cambio y Marcas Blancas	175
7.4	Deudas Comerciales	179
7.5	Notas referentes al Estado de Resultados.....	182
8.	Conclusiones	201
9.	Materiales de referencia	207

1. Introducción

1.1 Concepto

Nuestra monografía tiene como principal objetivo establecer un modelo de Notas a los Estados Contables de Supermercados que sea de utilidad a las empresas de este rubro para facilitar y mejorar la exposición de las mismas, en lo que hace a uniformidad y comparabilidad.

También forman parte de nuestros objetivos el estudio del impacto de la normativa vigente a nivel nacional e internacional en la confección de las Notas a los Estados Contables de Supermercados, el análisis del vínculo de las Notas con los organismos gubernamentales y de contralor, y la influencia de los certificados de calidad en la preparación de las Notas a los Estados Contables.

1.2 Alcance y Justificación

El alcance de nuestro trabajo incluye específicamente a los supermercados, considerando desde aquellos de menor dimensión hasta los hipermercados.

Esta monografía no se limita exclusivamente a los supermercados del mercado local, sino que investigamos también cómo confeccionan sus Notas a los Estados Contables las grandes cadenas de supermercados internacionales.

El motivo de destinar esta monografía al sector específico de los supermercados nace en la complejidad y crecimiento constante que experimenta el rubro. En la actualidad nuestros protagonistas han multiplicado sus dimensiones, su oferta de productos, sus volúmenes de ventas, así como también han incorporado nuevos tipos de operaciones, a modo de ejemplo, los sistemas de fidelidad de clientes. La contabilidad por su parte, no escapa a esta realidad, adquiriendo así mayor

relevancia y complejidad al momento de reflejar esta nueva realidad de los supermercados.

1.3 Metodología

La elaboración de Estados Contables de Supermercados no está regulada por una normativa específica, sino que se rige por las normas adecuadas de contabilidad, en el Uruguay.

Los organismos gubernamentales y de contralor tales como la Auditoría Interna de la Nación (AIN), las Intendencias Municipales, la Dirección Nacional de Recursos Acuático (DINARA), la Dirección Nacional de Medio Ambiente (DINAMA), regulan la actividad de los supermercados y monitorean su accionar. Del mismo modo, las instituciones que otorgan las certificaciones de calidad, regulan ciertos aspectos de la operativa de los supermercados.

Dadas estas circunstancias, nuestra metodología de estudio consiste en estudiar y analizar cómo los supermercados cumplen hoy en día con los requerimientos de las normas adecuadas de contabilidad, la presentación de información a los organismos gubernamentales y de contralor, y las instituciones que otorgan certificaciones de calidad, y cómo lo reflejan en sus Notas a los Estados Contables.

Es también parte de nuestro objetivo, mediante entrevistas con los diferentes interesados en dicha información, elaborar propuestas de información a presentar en Notas a los estados contables o en el informe de la dirección sugerido por la NIC 1 Presentación de Estados Financieros, o la Memoria exigida por la Ley 16.060.

Este método lo llevamos a cabo desde dos aspectos: por un lado partiendo de la información disponible, ya sea consultando bibliografía, estados contables,

informes auditados, entre otros; y por otro lado recurriendo a entrevistas con los encargados del gerenciamiento de los supermercados así como con los responsables de la confección de los Estados Contables, de modo de alcanzar un mayor grado de comprensión.

Finalmente, realizamos una evaluación de la investigación realizada y los pasos llevados a cabo en el desarrollo del presente trabajo.

2. Supermercados

2.1 Definición

Un supermercado es un establecimiento comercial que vende gran variedad de bienes de consumo, generalmente bajo un sistema de autoservicio. Estas empresas pueden ser comercios aislados o bien, parte de una cadena que incluso llegan a tener más sedes en el mismo barrio, ciudad, departamento o países. Generalmente ofrecen productos que arrojan pequeños márgenes de beneficio, que intentan contrarrestar con un alto volumen de ventas, contando con un gran poder de negociación con sus proveedores con lo cual adquieren los ingresos por ventas de sus productos con gran anticipación al momento de la cancelación de sus deudas con acreedores.

Los supermercados han tenido una gran evolución en estas últimas décadas. Comenzaron su historia como pequeños mercados de barrio, con venta de un número pequeño de productos, que luego fueron transformándose, adoptando la forma de supermercados de mediano tamaño con mayor variedad de productos disponibles, grandes supermercados con edificios de mayor dimensión y una variedad superior en cuanto a los productos y servicios ofrecidos, cadenas de supermercados presentes en varios barrios o incluso departamentos, e hipermercados con una inmensa oferta de productos de todo tipo, que pueden ir desde artículo de consumo hasta motocicletas.

El artículo publicado el 18 de marzo de 2009, en el sitio web de la Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay¹, hace referencia a esta evolución y sostiene que la apertura de cada supermercado en Montevideo ocasiona el cierre de 29 comercios minoristas.

¹ Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay, Martín Natalevich [online] [citado 15 de junio de 2011] <http://www.cnscs.com.uy/softis/0/nv/7059/>

“Desde hace un par de décadas Montevideo ha sufrido una serie de transformaciones que se pueden apreciar en su rasgo más visible: la fisonomía de la urbe, pero que también conllevan cambios económicos y sociales. En algunas zonas la mutación más Notable se evidencia por la desaparición del típico almacén de barrio.

Un estudio de la Unidad Estadística de la IMM, a pedido de la Comisión Departamental de Protección de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, devela que por cada supermercado que se abre, hay 19 almacenes y 10 salones-kioscos que bajan la persiana. La población afectada es de entre 46 y 64 personas; un promedio de ocupación de entre 1,6 y 2,2 personas por comercio.

Sin embargo, el balance entre la instalación de las grandes superficies comerciales y la desaparición de las otras formas de comercio suelen tener "saldos netos favorables para los emprendimientos", dijo el miembro de la comisión asesora de la IMM, Gustavo Lancibidad, a Ultimas Noticias.”

Junto con estos cambios, los requerimientos de información han adquirido mayor complejidad y relevancia absoluta al momento de la toma de decisiones. El aumento en el volumen de las transacciones realizadas por los supermercados, las nuevas operativas como ser el pago con tarjetas de crédito, sistemas de puntos canjeables por premios o beneficios entre otros, incrementan la complejidad de los sistemas utilizados y hace que un adecuado sistema de control interno sea imprescindible.

2.2 Características

Los grandes y pequeños supermercados, comparten el mismo objetivo: acercar a los consumidores una importante variedad de productos, de diversas marcas, precios y estilos. A diferencia de lo que sucede con gran parte de los negocios, los supermercados suelen caracterizarse por exponer estos productos al alcance de los

consumidores, quienes recurren al sistema de autoservicio y abonan la cantidad de ítems elegidos al final en la zona de cajas.

Organizan sus productos en términos físicos a través de la división del espacio en góndolas o estanterías en las cuales se disponen los productos de acuerdo a cierto orden más o menos específico (productos de almacén, alimentos, frutas y verduras, limpieza, farmacia, otros).

El objetivo de esta disposición es que los consumidores puedan recorrer los diferentes pasillos de manera libre para seleccionar los ítems necesarios. También se puede de esta manera comparar precios, tamaños y cantidades de los diferentes productos ofrecidos. Esta organización espacial es común y similar en todos los supermercados del planeta, volviéndose los mismos por tanto claros representantes del fenómeno de la globalización.

Se estima que los productos están dispuestos de tal manera que se incentive a los clientes a comprar más de la cuenta. En este sentido, los ítems de mayor necesidad o de consumo diario suelen ubicarse al final del supermercado para obligar a los clientes a recorrer góndolas de productos menos necesarios antes de llegar a los primeros.

Hay varios tipos de supermercados; los de mediano tamaño son los más comunes, también se pueden encontrar mini mercados (aquellos que cuentan sólo con un número básico de productos) o hipermercados, los más grandes de todos. Estos últimos suelen agregar otros productos no tan comunes como indumentaria y calzado, comidas elaboradas, productos importados o gourmet, elementos para automotores, vestimenta, elementos de decoración, etc.

Una de las críticas más fuertes que se le hace al sistema de supermercado en sí tiene que ver con la sensación de consumo casi compulsivo que genera en los clientes. En este sentido, el fácil acceso y la interminable exposición a los

productos está especialmente pensado para tentar a los clientes a comprar elementos que no tenían pensado llevar en un primer momento. Por otro lado, también se le critica al supermercado la venta de productos que normalmente se consiguen en tiendas especializadas, bajando las ventas de las mismas.

En lo que a su contabilidad respecta, se puede resumir que actualmente los supermercados se caracterizan por un elevado número de transacciones diarias, un manejo de grandes volúmenes de productos de todo tipo (bienes de cambio), nuevas operativas que implican registraciones especiales (como ser el tratamiento de la fidelidad de clientes, amparada por la CINIIF 13 – Programas de fidelización de clientes) entre otras, que llevan a una contabilidad de complejidad, que hacen fundamental un dominio de la normativa contable vigente y un adecuado sistema de control interno.

Estas particularidades, son expuestas en el capítulo 7 del presente trabajo monográfico, Modelo Específico de Notas a los Estados Contables de Supermercados.

2.3 Marco Jurídico en el Uruguay

2.3.1 Legislación y Regulación Estatal

El objetivo del presente apartado es recopilar las leyes, decretos y regulaciones, que condicionan la actuación de los Supermercados.

Abordamos nuestro análisis con la ley N° 17.250², Defensa del Consumidor, vigente desde Agosto de 2010 que regula las relaciones comerciales. Primeramente, se define a los consumidores y proveedores, ubicando a los Supermercados en el segundo grupo, es decir toda persona física o jurídica,

² PODER LEGISLATIVO, Uruguay. 2000. *Ley N° 17.250: Defensa del Consumidor* [online] [citado 23 de junio de 2011]. Disponible en Internet: www.parlamento.gub.uy

nacional o extranjera, privada o pública, y en este último caso estatal o no estatal, que desarrolle de manera profesional actividades de producción, creación, construcción, transformación, montaje, importación, distribución y comercialización de productos o servicios en una relación de consumo. Esta definición verifica la inclusión de los Supermercados en el ámbito de la ley.

Una vez definidas ambas partes de la relación, y qué es un producto, procede a enumerar los derechos básicos de los consumidores que deben respetar los Supermercados. Entre estos, los principales refieren a la protección de la vida (que luego amplía en del capítulo III), educación y divulgación sobre el consumo de productos, información suficiente, protección contra la publicidad engañosa y la efectiva prevención y resarcimiento de los daños patrimoniales y extra patrimoniales.

Respecto a la oferta, la Ley establece entre otros, que “toda información referente a una relación de consumo deberá expresarse en idioma español sin perjuicio que además puedan usarse otros idiomas. Cuando en la oferta se dieran dos o más informaciones contradictorias, prevalecerá la más favorable al consumidor.”

En cuanto a la información que el proveedor debe suministrar en todas las ofertas, se listan taxativamente en el artículo 15: el precio (incluidos los impuestos); el precio de contado efectivo según corresponda (en las ofertas de crédito o de financiación de productos o servicios); el monto del crédito otorgado o el total financiado en su caso, y la cantidad de pagos y su periodicidad; la tasa de interés efectiva anual (aplica a las empresas de intermediación financiera, administradoras de créditos o similares) y las formas de actualización de la prestación, los intereses y todo otro adicional por mora, los gastos extras adicionales, si los hubiere, y el lugar de pago.

Más adelante continúa detallando tanto la oferta de productos como de servicios, remarcando para los productos (artículo 17): “la oferta de productos debe brindar

información clara y fácilmente legible sobre sus características, naturaleza, cantidad, calidad -en los términos y oportunidades que correspondan-, composición, garantía, origen del producto, el precio de acuerdo a lo establecido en el artículo 15, los datos necesarios para la correcta conservación y utilización del producto y, según corresponda, el plazo de validez y los riesgos que presente para la salud y seguridad de los consumidores. La información consignada en este artículo se brindará conforme lo establezca la reglamentación respectiva. En lo que respecta al etiquetado o rotulado de productos, así como en relación a la necesidad de acompañar manuales de los productos y el contenido de éstos, se estará a lo que disponga la reglamentación”.

En cuanto a los servicios, establece: “En la oferta de servicios el proveedor deberá informar los rubros que se indican en el presente artículo, salvo que por la naturaleza del servicio no corresponda la referencia a alguno de ellos. La información deberá ser clara y veraz y, cuando se brinde por escrito, será proporcionada con caracteres fácilmente legible: nombre y domicilio del proveedor del servicio, la descripción del servicio a prestar, una descripción de los materiales, implementos, tecnología a emplear y el plazo o plazos del cumplimiento de la prestación, el precio incluidos los impuestos, su composición cuando corresponda, y la forma de pago. Será aplicable en lo pertinente lo dispuesto en el artículo 15, los riesgos que el servicio pueda ocasionar para la salud o seguridad, cuando se diera esta circunstancia, el alcance y duración de la garantía, cuando ésta se otorgue, solamente podrá informarse la calidad de conformidad a lo previsto en el artículo 17 de la presente ley.”

El capítulo siguiente enumera las prácticas abusivas en la oferta, encontrando por ejemplo las siguientes: negar la provisión de productos o servicios al consumidor, mientras exista disponibilidad de lo ofrecido según los usos y costumbres y la posibilidad de cumplir el servicio, excepto cuando se haya limitado la oferta y lo haya informado previamente al consumidor, sin perjuicio de la revocación que debe ser difundida por los mismos medios empleados para hacerla conocer; hacer

circular información que desprestige al consumidor, a causa de las acciones realizadas por éste, en ejercicio de sus derechos; fijar el plazo, o los plazos para el cumplimiento de las obligaciones de manera manifiestamente desproporcionada en perjuicio del consumidor.

Continúa listando las condiciones que se deben incluir al momento de emitir la garantía de servicios o productos, la cual el proveedor debe ofrecer por escrito, estandarizada cuando sea para productos idénticos. Esta debe ser fácilmente comprensible y legible, y debe informar al consumidor sobre el alcance de sus aspectos más significativos.

Respecto a la publicidad, se establece entre otros, que “toda publicidad debe ser transmitida y divulgada de forma tal que el consumidor la identifique como tal” y “quedará prohibida cualquier tipo de publicidad engañosa.”

Los siguientes dos capítulos, hacen referencia a los contratos de adhesión y a las cláusulas abusivas en los mismos. Define este tipo de contratos como “aquellos cuyas cláusulas o condiciones han sido establecidas unilateralmente por el proveedor de productos o servicios sin que el consumidor haya podido discutir, negociar o modificar sustancialmente su contenido. Los mismos serán redactados en español, en términos claros y con caracteres fácilmente legibles.”

En cuanto a la definición de cláusulas abusivas, lo son aquellas que por su contenido o por su forma determinen claros e injustificados desequilibrios entre los derechos y obligaciones de los contratantes en perjuicio de los consumidores, así como aquellas que violen la obligación de actuar de buena fe. La apreciación del carácter abusivo de las cláusulas no se refiere al producto o servicio ni al precio o contraprestación del contrato, siempre que dichas cláusulas se redacten de manera clara y comprensible. Se pueden encontrar dentro del mismo capítulo de la Ley, diferentes ejemplos de cláusulas abusivas.

Más adelante en la norma, encontramos en el capítulo XII los artículos correspondientes al incumplimiento. Se lo define como la violación por parte del proveedor de la obligación de actuar de buena fe o la transgresión del deber de informar en la etapa precontractual, de perfeccionamiento o de ejecución del contrato, da derecho al consumidor a optar por la reparación, la resolución o el cumplimiento del contrato, en todos los casos más los daños y perjuicios que correspondan. Frente a una situación de incumplimiento, el consumidor puede exigir el cumplimiento forzado de la obligación siempre que ello sea posible, aceptar otro producto o servicio o la reparación por equivalente, o bien resolver el contrato con derecho a la restitución de lo pagado, monetariamente actualizado o rescindir el mismo, según corresponda. En cualquiera de las opciones el consumidor tiene derecho al resarcimiento de los daños y perjuicios compensatorios o moratorios, según corresponda.

En cuanto a la responsabilidad por daños, el capítulo XIII establece que “si el vicio o riesgo de la cosa o de la prestación del servicio resulta un daño al consumidor, será responsable el proveedor de conformidad con el régimen dispuesto en Código Civil. El comerciante o distribuidor sólo responderá cuando el importador y fabricante no pudieran ser identificados. De la misma forma serán responsables si el daño se produce como consecuencia de una inadecuada conservación del producto o cuando altere sus condiciones originales.”

En el penúltimo capítulo de la Ley, se estipulan los plazos para la prescripción y caducidad, teniendo el cliente derecho a reclamar vicios aparentes o de fácil constatación treinta días a partir de la provisión del servicio o del producto no duradero, o noventa días cuando se trata de prestaciones de productos o servicios duraderos. Dicho plazo se interrumpe si el consumidor efectúa una reclamación debidamente comprobada ante el proveedor y hasta tanto éste deniegue la misma en forma inequívoca. En caso de vicios ocultos, éstos deben evidenciarse en un plazo de seis meses y caducan a los tres meses del momento en que se pongan de

manifiesto. Ello sin perjuicio de las previsiones legales específicas para ciertos bienes y servicios.

Sobre el final de la Ley encontramos los artículos que refieren a los aspectos administrativos, como ser las competencias de la Dirección del Área de Defensa al Consumidor, responsabilidad del cumplimiento de la Ley por parte del Ministerio de Economía y Finanzas a través de la Dirección General de Comercio, entre otros.

Tener presente la Ley del consumidor, es de gran utilidad en cuanto a la identificación de los derechos y obligaciones que tienen las partes involucradas en el negocio: consumidores y supermercados. Es posible encontrar distintas situaciones reflejadas en los estados contables, por ejemplo una previsión por litigios, cuyo origen es una demanda de un cliente amparado en la mencionada ley. Este saldo provisionado se verá explicado en las Notas a los Estados Contables, objeto de este trabajo monográfico.

Continuamos nuestro análisis abordando la ley N° 17.657 (modificativa de la ley N° 17.188) relativa a Establecimientos Comerciales de Grandes Superficies Destinados a la Venta de Artículos Alimenticios y de Uso Doméstico, publicada el 30 de junio de 2003, la cual rige para aquellos establecimientos comerciales de grandes superficies que consten de un área total destinada a la venta al público de un mínimo de 200 metros cuadrados, excluyéndose los comercios de prestación de servicios. De aquí surge entonces que esta Ley comprende a un número significativo de supermercados de nuestro país.

La mencionada ley define como superficie de exposición y venta al público a aquella en donde se produce el intercambio comercial, constituida por los espacios destinados a la exposición de los artículos ofertados, ya sea mediante mostradores, estanterías, vitrinas, góndolas, cámaras o murales, los probadores, las cajas registradoras, en general, todos los espacios destinados a la permanencia y paso

del público, excluyéndose expresamente las superficies destinadas a oficinas, estacionamientos, zonas de carga y descarga y depósito no visitables por el público y, en general, todas aquellas dependencias o instalaciones de acceso restringido al mismo.

Como consecuencia de esta Ley, se considera necesario exponer en las Notas a los Estados Contables de Supermercados, conjuntamente con los desembolsos efectuados al momento de crear nuevos locales o modificar locales ya existentes, el trámite realizado ante la comisión descrita en la Ley, aprobando la obra antedicha.

Otra norma que regula la actividad de los supermercados en nuestro país es la Ley N° 17.849 relativa al Uso de Envases No Retornables. La misma en su artículo 7°, establece que los comerciantes y puntos de venta al consumo, así como los demás intermediarios en la cadena de distribución y comercialización de productos envasados, están obligados a recibir y aceptar la devolución y retorno de los envases de aquellos productos respecto de los cuales tengan intervención para su colocación en el mercado.

Es posible identificar en los Estados Contables de Supermercados, activos fijos relacionados a la recepción de envases retornables (máquinas automatizadas receptoras de envases de vidrio y plástico), así como también gastos incurridos en horas de trabajo destinadas a esta tarea. En ambos casos, es apropiado hacer referencia a esta Ley (17.849) en las Notas a los Estados Contables, exponiendo el importe destinado en cumplimiento de la misma.

Por último, corresponde analizar las disposiciones departamentales que las Intendencias Municipales han establecido para la aplicación dentro del territorio departamental.

Aquí, encontramos gran cantidad de digestos departamentales, que reglamentan múltiples aspectos como ser la higiene, el control de alimentos, disposiciones e inspecciones bromatológicas (habilitación, registro y características de los alimentos, procedimientos alimentarios de conservación, rotulación de alimentos envasados, principios generales de rotulación, idiomas, denominación de venta del alimento, lista de ingredientes, contenidos netos, identificación de origen, fecha de duración mínima, etc.), regulación del uso de aditivos y enzimas en los alimentos, registros higiénicos para la manipulación de los alimentos, industrialización de alimentos, requisitos operativos y locativos para otros establecimientos industrializadores de alimentos, fraccionamiento, almacenamiento, transporte y comercialización de alimentos, preparación y servicio de alimentos, disposiciones particulares aplicables a familias específicas de productos, entre otros. Todas estas disposiciones, las encontramos publicadas en el sitio web de la Intendencia Municipal de Montevideo en la sección Normativa³. Al igual que en Montevideo, los demás departamentos de la República, establecen normas similares al momento de regular las distintas actividades desarrolladas en el departamento correspondiente.

La realidad actual de los Supermercados, excede en muchos casos la simple comercialización de productos, incorporando actividades de manipulación y producción de alimentos (generalmente en secciones como ser Rotiserías y Panadería), venta de productos del mar, carnes y fiambres, entre otros, que obligan a contemplar estas disposiciones departamentales.

Todas estas disposiciones departamentales, condicionan el adecuado funcionamiento del supermercado. Por este motivo, dada la relevancia de su implementación, es necesario reflejar en las Notas a los Estados Contables la adhesión a dichas normas, detallando individualmente la naturaleza, vigencia e importe incurridos en cada una de ellas.

³ Intendencia Municipal de Montevideo, Uruguay. Normativa Departamental [online] [citado 24 de junio de 2011]. Disponible en Internet: <http://normativa.montevideo.gub.uy/>

Siguiendo el mismo razonamiento, debemos considerar las regulaciones (Leyes, Decretos y Resoluciones) establecidas por la Dirección Nacional de Medio Ambiente (creada por la Ley 16.134 “Creación de la DINAMA” y la Ley 17.283 “Protección del Ambiente”), La Dirección de Recursos Acuáticos (antecedido por el Instituto Nacional de Pesca que fuera creado por la Ley 14.484 y también sustentada por la Ley 13.833 “Riquezas del Mar”) y el Instituto Nacional de Carnes (creado por el Decreto-Ley 15.605 “Creación Instituto Nacional de Carnes”).

Analizando la Ley 17.283 “Protección del Medio Ambiente”, procedemos a sintetizar las ideas más relevantes de la misma. Comienza declarando la protección del Medio Ambiente como un asunto de interés general (esto implica proteger el ambiente, el aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, otros) y recalando que la protección ambiental se encuentra establecida en la constitución de la República (artículo 47). Luego describe los principios de la política ambiental, los instrumentos de gestión ambiental, apoyo y asesoramiento por parte del Ministerio de Vivienda, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente, la educación ambiental, el informe ambiental anual, los beneficios fiscales y medidas complementarias, y las sanciones aplicables por infracciones a las normas de protección del ambiente. Por último detalla disposiciones particulares como ser la capa de ozono, calidad del aire, cambio climático, sustancias químicas, residuos, etc.

Dentro del mismo ámbito de la DINARA, encontramos Decretos que regulan diversos aspectos, como ser el contenido de plomo en pinturas, tratamiento de residuos, plan de gestión de envases, manejo y disposición de residuos de envases, entre otros.

En respuesta a todas estas disposiciones, los Supermercados han implementado gran número de campañas: impulsar el uso de bolsas biodegradables de diferentes colores (con el objetivo de promover la separación de residuos en el hogar, en

coordinación con la Intendencia Municipal de Montevideo), “Eco-Bolsas” reutilizables (para disminuir el uso de nylon), correcta eliminación de baterías agotadas (se consideran desechos tóxicos), reciclado de plástico (tapas plásticas, bolsas).

Es apropiado entonces, detallar en las Notas a los Estados Contables aquellos recursos destinados a la implementación y adquisición de políticas de protección medioambiental, como ser el uso de bolsas biodegradables, así como también contenedores para residuos de pilas o plásticos, brindando un detalle de las campañas correspondientes haciendo referencia a la normativa dispuesta.

Resulta acertado recordar la participación de la organización DERES (Desarrollo de la Responsabilidad Social, organización a la cual varios supermercados se han asociado) dentro de los aspectos ambientales. DERES destina una parte de sus esfuerzos a la promoción del cuidado del Medio Ambiente. Tanto en su sitio web⁴ como en el punto 2.5 Responsabilidad Social Empresaria de la presente monografía, podemos encontrar varios ejemplos que se han promovido con este fin.

Respecto a la Dirección Nacional de Recursos Acuáticos, se realiza un análisis similar, comenzando por la Ley 13.833 “Riquezas del Mar” la cual declara de interés nacional la explotación, la preservación y el estudio de las riquezas del mar y establece las condiciones para la explotación del recurso.

Si bien esta Ley (dirigida principalmente al trabajo directo en el mar realizado por barcos pesqueros) puede parecer ajena a los Supermercados, encontramos luego Decretos que apuntan directamente al control y fiscalización de la higiene, sanidad y calidad de los productos pesqueros, comprendiendo ello el control de las

⁴ DERES: Responsabilidad Social Empresaria. *Cuidado y Protección del Medio Ambiente* [online] [citado 26 de junio de 2011]. Disponible en Internet: <http://www.deres.org.uy/home/casos.php?tipo=1&casos=casos3&p=2>

embarcaciones de pesca, establecimientos, locales de venta (Supermercados incluidos) y fábricas de productos de la pesca y caza acuática.

Por último corresponde analizar la normativa que establece el Instituto Nacional de Carnes (INAC), creado en 1984, por el Decreto-Ley 15.605⁵ con el objetivo de llevar adelante la Política Nacional de Carnes, cuya determinación corresponde al Poder Ejecutivo.

Dentro de las principales competencias del INAC, encontramos: promover, regular, coordinar y vigilar las actividades de producción, transformación, comercialización (nacional y exportaciones), almacenamiento y transporte de carnes bovina, ovina, equina, porcina, caprina, de ave, de conejo y animales de caza menor, sus menudencias, sub-productos y productos cárnicos.

Si nos enfocamos en las ventas de productos, encontramos varias resoluciones acordes, como ser: venta de productos no cárnicos en carnicerías, venta de productos cárnicos chacinados, fraccionamientos, contenidos grasos máximos, lugares exclusivos habilitados para la venta (los comercios que cuentan con una superficie mayor a 200 metros cuadrados, que asumen la modalidad de venta de autoservicio (supermercados), y que poseen autorización previa de la Intendencia Municipal correspondiente, podrán habilitar un área dentro de su local para la venta de carne. Esta área, queda comprendida dentro del concepto de carnicería, y como tal debe cumplir con los requisitos establecidos en el decreto 110/995), entre otras.

Respecto al decreto mencionado (110/995⁶ “Normas para la habilitación y funcionamiento de carnicerías”), encontramos aquí todo lo referido a estos locales

⁵ Instituto Nacional de Carnes, Uruguay. Normas Reglamentarias [online] [citado 27 de junio de 2011]. Disponible en Internet: www.inac.gub.uy/innovaportal/v/6130/1/innova.net/decreto-ley_15605_de_27_de_julio_de_1984

⁶ Instituto Nacional de Carnes, Uruguay. Normas Reglamentarias [online] [citado 27 de junio de 2011]. Disponible en Internet: www.inac.gub.uy/innovaportal/v/1898/1/innova.net/decreto_110/995_de_24295

de venta. Se establece entonces la definición de los distintos tipos de carnicería (carnicería simple, carnicería de expendio, carnicería de corte, etc.), las condiciones para su habilitación ante el Registro Nacional de Carnicerías, características del local (condiciones generales y condiciones particulares al tipo de carnicería), locales y equipos frigoríficos (cámaras de conservación y frigoríficas), equipamientos (como ser mesas, lavamanos, residuos, rieles y gancheras, estantes, bandejas, etc.), condiciones de higiene y operación, autorizaciones específicas. Todas estas regulaciones, son aplicables directamente a las carnicerías establecidas dentro de los Supermercados.

Respecto a las disposiciones establecidas por la DINARA e INAC, también es de orden exponer en las Notas, los importes incurridos en el cumplimiento de sus regulaciones, su vigencia y su impacto en la calidad de los productos ofrecidos.

Concluyendo este apartado, hemos incorporado en las Notas a los Estados Contables, información pertinente a distintas normas aplicables a los Supermercados, emitidas por diferentes organismos (Intendencias departamentales, DINAMA, DINARA, INAC). En todos los casos, nos enfrentamos a normas que son importantes en la operativa diaria de los supermercados, con un impacto directo sobre la calidad de los productos ofrecidos que se debe reflejar directamente en los Estado Contables y consecuentemente en sus Notas.

2.4 Certificaciones de calidad

En estos tiempos, los mercados sufren constantes cambios en sus estructuras y tendencias, incidiendo sobre las empresas inmersas en los mismos. Esta situación, es percibida por los empresarios quienes buscan adaptar sus organizaciones creando ventajas competitivas. Una forma de generar ese valor agregado es obteniendo certificaciones de calidad que respalden su accionar, rediseñando

procesos de gestión y estableciendo nuevas políticas que logren minimizar costos, evitar ineficiencias y errores, y alcanzar así un alto grado de diferenciación.

Acceder a los estándares de calidad exigidos por las diferentes certificaciones permite en líneas generales lograr beneficios organizativos, de producción, mejor posición competitiva, y mayor respuesta ante los cambios del mercado.

La mejora de la imagen de la empresa, el aumento de sus exportaciones, la mayor satisfacción de sus clientes y fidelización de los mismos, el mejor aprovechamiento de recursos e incremento de productividad, las mejores relaciones entre empleados y la dirección, así como la modernización de la empresa, son ejemplos puntuales de los beneficios que se pueden alcanzar al momento de adaptar la organización a los requisitos que una certificación de calidad exige.

Podemos identificar dos tipos de organizaciones: aquellas que se ven motivadas internamente a obtener certificaciones de calidad y otras que lo hacen por motivaciones externas. Las primeras son aquellas cuya filosofía y la de sus directores están volcadas plenamente a la calidad. En cambio las segundas adquieren las certificaciones por circunstancias externas más que por su propio compromiso con la calidad.

Cabe destacar que la adquisición de una certificación de calidad se registra contablemente como un costo que se presenta en el Estado de Resultados; es conveniente explicitar este gasto en las Notas a los Estados Contables detallando su importe, el motivo de su adquisición y su puesta en práctica.

Otro motivo que verifica la importancia de exponer estas certificaciones en las Notas a los Estados Contables es en aquellos casos en los que la mejora de la eficiencia de los procesos por la implantación de alguna de las certificaciones de calidad, repercute en un aumento del beneficio neto; el directorio de la empresa,

sus inversores, y demás partes interesadas, deben conocer los motivos que han influido en dicho incremento.

2.4.1 Certificación APPCC

El Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC o HACCP⁷, por sus siglas en inglés) es un proceso sistemático preventivo para garantizar la seguridad alimentaria, de forma lógica y objetiva. Es de aplicación en la industria alimentaria aunque también se aplica en la industria farmacéutica, cosmética y en todo tipo de industrias que fabriquen materiales en contacto con los alimentos. En él se identifican, evalúan y previenen todos los riesgos de contaminación de los productos a nivel físico, químico y biológico a lo largo de todos los procesos de la cadena de suministro, estableciendo medidas preventivas y correctivas para su control tendientes a asegurar la inocuidad.

El sistema de APPCC, que tiene fundamentos científicos y carácter sistemático, permite identificar peligros específicos y medidas para su control con el fin de garantizar la inocuidad de los alimentos. Es un instrumento para evaluar los peligros y establecer sistemas de control que se centran en la prevención en lugar de basarse principalmente en el ensayo del producto final. Todo sistema de APPCC es susceptible de cambios que pueden derivar de los avances en el diseño del equipo, los procedimientos de elaboración o el sector tecnológico.

El APPCC no es un sistema de gestión de calidad, sino un sistema de gestión de seguridad alimentaria que debe estar definido como fundamental para la implantación de un sistema de gestión de calidad. Constituye un requisito legal obligatorio aplicable a todo establecimiento alimentario necesario para la obtención de la certificación.

⁷ Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [online] [citado 02 de agosto de 2011] <http://www.fao.org/docrep/005/y1390s/y1390s00.htm>

Para que la aplicación del sistema de APPCC genere buenos resultados, es necesario que tanto la dirección como el personal se comprometan y participen plenamente. También se requiere un enfoque multidisciplinario en el cual se deberá incluir, según el caso, a expertos agrónomos, veterinarios, personal de producción, microbiólogos, especialistas en medicina y salud pública, tecnólogos de los alimentos, expertos en salud ambiental, químicos e ingenieros, según el estudio de que se trate.

La aplicación del sistema de APPCC es compatible con la aplicación de sistemas de gestión de calidad, como la serie ISO 9000, y es el método de preferencia utilizado para controlar la inocuidad de los alimentos en el marco de tales sistemas.

En los años 80 instituciones de nivel internacional impulsaron su aplicación, entre otros la Organización Mundial de la Salud y la Comisión del Codex Alimentarius (CCA).

La CCA fue creada en 1963 por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y la Organización Mundial de la Salud, con el objetivo de establecer normas alimentarias internacionales que sirvan de base para las normas nacionales de los distintos países. La aplicación internacional de las normas de la Comisión hace que los alimentos sean más inocuos para el consumidor, y garantiza prácticas justas en el comercio mundial de alimentos, cada vez mayor, en beneficio de los productores de alimentos así como de los consumidores.

La FAO y la OMS ayudan a los países en desarrollo a participar en el procedimiento del establecimiento de normas y, una vez aprobadas éstas, prestan asistencia para su aplicación nacional.

Estas normas, han sido adoptadas por aquellos supermercados que integran en sus

objetivos, un compromiso con la calidad internacional. Por ejemplo, Supermercados Peruanos SA, la mayor cadena de supermercados del Perú, es la única del país con doble certificación internacional de calidad (APPCC e ISO).

2.4.2 Normas UNIT-ISO 9000

La familia de normas ISO 9000 representa un consenso internacional sobre buenas prácticas de gestión de calidad. En particular, la ISO 9001 es una norma de certificación en calidad y gestión, elaborada por el Comité Técnico ISO/TC176 de ISO (Organización Internacional para la Estandarización) que especifica los requisitos para un buen sistema de gestión de la calidad que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, para certificación o con fines contractuales⁸.

En nuestro país el encargado de promover las normas internacionales de calidad ISO es el Instituto Uruguayo de Normas Técnicas (UNIT).

UNIT, fundada en 1939, es una institución privada sin fines de lucro cuya actividad gira en torno a la promoción y al mejoramiento de la calidad, y que tiene como fin último, el beneficio de la comunidad.

Desde su fundación realiza actividades de Normalización Técnica e Información Especializada. Actualmente, son más de 30 los comités técnicos que trabajan en la elaboración de normas en las más diversas áreas. El acervo UNIT cuenta con más de 1800 normas y su Centro de Información pone a disposición del público la posibilidad de acceder a más de 2 millones de normas internacionales, regionales y extranjeras.

⁸ International Organization for Standardization [online] [citado 02 de agosto de 2011] http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/management_and_leadership_standards/quality_management.htm

Según el sitio web de la UNIT: La primera versión de las Normas ISO 9000 fue publicada en 1987.

En 1990, el ISO/TC 176 SC 2 elabora un Plan Estratégico para su programa de revisión titulado VISION 2000, realizado en dos etapas:

- a) una primera revisión limitada, que se concluye en 1994 y,
- b) una segunda más profunda que da como resultado la publicación de las normas en diciembre del año 2000, las que pasan a ser conocidas como ISO 9000 VERSION 2000 ó ISO 9000:2000, en nuestro país UNIT-ISO 9000:2000.

Durante el proceso de revisión se considera particularmente que aún cuando las normas aprobadas en 1987 se basan fundamentalmente en los programas de calidad implantados por grandes empresas industriales, las pequeñas organizaciones y las organizaciones dedicadas a servicios o programas informáticos están aplicando las normas cada vez más. Así pues la revisión considera muy especialmente sus necesidades y garantizar que las normas puedan aplicarse a organizaciones de todo tipo y magnitud de cualquier sector de actividad, tanto pública como privada.

Así como se busca que las normas sean de naturaleza genérica, se desea evitar también la proliferación de normas de sistemas de gestión de la calidad para sectores específicos para lo cual se busca garantizar, desde un principio, un elevado grado de aceptación por parte de ellos.

No obstante y ante necesidades específicas de asesoramiento por parte de algunos sectores concretos, el Comité ISO/TC 176 establece una política sectorial y ha trabajado para ayudarlos a desarrollar programas particulares de gestión, basados explícitamente en las normas ISO 9000:2000, como ser la ISO/TS/16949 para la

industria automotriz y en otras áreas, como por ejemplo dispositivos médicos y telecomunicaciones⁹.

Toda organización puede mejorar su manera de trabajar, lo que significa un incremento de sus clientes y gestionar el riesgo de la mejor manera posible, reduciendo costos y mejorando la calidad del servicio ofrecido. La gestión de un sistema de calidad aporta el marco que se necesita para supervisar y mejorar la producción en el trabajo.

La norma ISO 9001, incluida dentro de la familia ISO 9000, establece un marco de probada eficacia para adoptar un enfoque sistemático para la gestión de procesos de la organización, para que siempre resulte un producto que satisface las expectativas de los clientes. La ISO 9001 ayuda a todo tipo de organizaciones a tener éxito, a través de un incremento de la satisfacción del cliente y de la motivación del departamento.

La ISO 9001 es válida para cualquier organización, independientemente de su tamaño o sector, que busque mejorar la manera en que se trabaja y funciona. Además, los mejores retornos en la inversión, vienen de compañías preparadas para implantar la citada normativa en cualquier parte de su organización.

Analizando el mercado podemos encontrar supermercados que han accedido a dicha certificación, confirmando su compromiso con un servicio de calidad superior. La cadena Supermercados Peruanos SA, que ha accedido tanto a las APPCC como a las ISO 9001 para su ejercicio finalizado al 31 de diciembre de 2010.

⁹ Instituto Uruguayo de Normas Técnicas [online] [citado 03 de agosto de 2011]
http://www.unit.org.uy/iso9000/iso9000.php#vers_2000

2.4.3 Normas UNIT-ISO 14000

Tras el éxito de la serie de normas ISO 9000 para sistemas de gestión de la calidad, en 1996 se publica la serie de normas ISO 14000 de gestión ambiental.

“La preservación del medio ambiente es una prioridad absoluta para la sociedad en su conjunto. Del éxito de este empeño depende el futuro de la humanidad, por lo que el desarrollo de una sociedad, basado en el crecimiento de sus actividades, productos y servicios, no debe ser a costa del deterioro que las mismas produzcan en el ambiente, antes bien, deben ser realizadas manteniendo la calidad del mismo y en lo posible mejorándola.

En los últimos 25 años, la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) ha publicado más de 350 normas, sobre calidad del aire, agua y suelo, así como sobre las emisiones de humo de los vehículos. Sus métodos de ensayo reconocidos internacionalmente, proveen las bases para una evaluación seria de la calidad del ambiente en todo el planeta por lo que las preocupaciones ambientales no son un problema nuevo para ISO, lo que es relativamente nuevo es la elaboración de normas para Sistemas de Gestión Ambiental ISO 14000 (UNIT-ISO 14000). Estas ayudan a prevenir que, requerimientos nacionales divergentes se conviertan en barreras técnicas al comercio, mientras que permiten a quienes las pongan en práctica demostrar el cumplimiento de las metas ambientales, es decir, conciliar las demandas de libre comercio entre las naciones, con las necesidades fundamentales de un desarrollo sostenible y un medio ambiente saludable ¹⁰.“

La norma ISO 14001¹¹ es una norma internacionalmente aceptada que expresa cómo establecer un sistema de gestión ambiental efectivo. La norma está diseñada para conseguir un equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad y la

¹⁰Instituto Uruguayo de Normas Técnicas [online] [citado 03 de agosto de 2011]
http://www.unit.org.uy/iso14000/unit_14000.php

¹¹ International Organization for Standardization [online] [citado 03 de agosto de 2011]
http://www.iso.org/iso/iso_14000_essentials

reducción de los impactos en el medio ambiente y, con el apoyo de las organizaciones, es posible alcanzar ambos objetivos.

Esta norma, va enfocada a cualquier organización, de cualquier tamaño o sector, que esté buscando una mejora de los impactos medioambientales y cumplir con la legislación en materia de medio ambiente.

Busca proporcionar un marco para un enfoque integral y estratégico para las políticas, planes y acciones respecto del medio ambiente que rodea a la organización.

Se establecen los requisitos genéricos de un sistema de gestión ambiental, pues la filosofía subyacente es que para cualquier actividad de la organización, la exigencia de un efectivo sistema de gestión ambiental es la misma.

Debido a que la norma ISO 14001 no establece niveles de desempeño ambiental, la misma puede ser implementada por una amplia variedad de organizaciones, independientemente de su nivel actual de madurez del medio ambiente. Sin embargo, requiere un compromiso de cumplimiento de la legislación y reglamentación ambiental aplicable, junto con un compromiso de mejora continua.

También especifica las directrices y requisitos para un sistema de gestión ambiental. El cumplimiento de estos requisitos, exige evidencia objetiva que pueda ser sometida a una auditoría, logrando demostrar que el sistema de gestión medioambiental está funcionando de manera efectiva de conformidad con la norma.

A continuación se describe lo que se puede lograr a través de estas normas:

ISO 14001 es una herramienta que puede ser usada para cumplir con objetivos internos de la organización:

- a) ofrecer garantías a la administración, de que se tiene el control sobre los procesos y actividades de la organización que tienen un impacto sobre el medio ambiente.
- b) asegurar a los empleados, que se encuentran trabajando para una organización ambientalmente responsable.

ISO 14001 también se puede utilizar para cumplir con los siguientes objetivos externos:

- a) ofrecer garantías sobre los temas ambientales a los interesados externos, como los clientes, la comunidad y los agentes reguladores.
- b) cumplir con las regulaciones ambientales.
- c) apoyar las demandas de la organización y la comunicación acerca de sus propias políticas ambientales, planes y acciones.

Por ejemplo, los lineamientos establecidos en esta ISO han impulsado, la eliminación de las bolsas plásticas no biodegradables utilizadas para empacar los productos adquiridos por el cliente, e incorporar bolsas biodegradables en sustitución de las mismas.

2.4.4 Normas UNIT-ISO 22000

La demanda mundial de alimentos inocuos ha crecido considerablemente en los últimos años. Esto lleva a la proliferación de normas nacionales sobre la inocuidad de los alimentos y a una confusión cada vez mayor entre productores y proveedores de alimentos.

En un esfuerzo por armonizar las normas nacionales existentes sobre la inocuidad de los alimentos, la ISO desarrolla y publica en setiembre de 2005 la norma internacional ISO 22000 Sistemas de gestión de la inocuidad de los alimentos - Requisitos para cualquier organización en la cadena alimentaria, la cual es adoptada en Uruguay como norma UNIT-ISO 22000.

La inocuidad de los alimentos se refiere a la existencia de peligros asociados a los mismos en el momento de su consumo (ingestión por los consumidores). Como la introducción de peligros para la inocuidad de los alimentos puede ocurrir en cualquier punto de la cadena alimentaria, es esencial un control adecuado a través de toda la cadena alimentaria. Así, la inocuidad de los alimentos está asegurada a través de la combinación de esfuerzos de todas las partes que participan en la cadena alimentaria.

Los fabricantes y suministradores de productos de alimentación están haciendo frente a un creciente número de normas individuales relacionadas con la seguridad alimentaria (por ejemplo la HACCP, Certificación en Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos, ya analizada en el presente trabajo).

Muchas organizaciones, por requerimiento de sus clientes, necesitan estar certificadas de acuerdo a varias de estas normas, lo que conlleva a costos innecesarios y duplicar los esfuerzos encaminados a la obtención de los correspondientes certificados.

La norma UNE-EN ISO 22000, pretende ofrecer una armonización internacional en el campo de las normas de seguridad alimentaria. Se puede aplicar independientemente de otras normas de sistemas de gestión. Su implementación se puede alinear o integrar con los requisitos existentes de sistemas de gestión relacionados, mientras que las organizaciones pueden utilizar los sistemas de gestión existentes para establecer un sistema de gestión de la inocuidad de los alimentos que cumpla los requisitos de esta Norma Internacional.

Para facilitar la aplicación de la Norma UNIT-ISO 22000, la misma ha sido desarrollada como una norma auditable. Para ayudar a las organizaciones individuales con la implementación de la misma, se proporciona orientación sobre su uso en la Especificación Técnica ISO/TS 22004.

Asimismo, en el 2008 la ISO publica la "Lista de verificación para las PYME - ¿Está usted preparado?", la cual consiste en preguntas que cubren diversos aspectos de la definición, implementación y certificación de un sistema de gestión de la inocuidad de los alimentos conforme a la Norma UNIT-ISO 22000.

En conclusión, esta norma es aplicable a los supermercados, ya que estos participan directamente en la cadena alimentaria, ubicándose en la mayoría de los casos, sobre el final de la misma, es decir en la distribución. En otros casos, los supermercados participan incluso en etapas previas, como ser el caso de producción propia de alimentos en panaderías, confiterías y rotiserías.

2.4.5 Normas EN 16001 - ISO 50001

El Secretario General de la Organización Internacional de Estandarización, Rob Steele comenta: "La energía es fundamental para las operaciones de las organizaciones y puede ser un costo importante para las mismas, cualquiera sea su actividad. Una idea podría ser impulsar el uso racional de energía a través del proceso productivo del negocio, desde las materias primas hasta el reciclaje"¹².

Hoy más que nunca, la efectividad en la gestión de la energía es un tema crucial para el éxito de cualquier organización. Para algunas la respuesta es un Sistema de Gestión de la Energía, un esquema para la gestión sistemática de la energía. Además de la eficiencia energética, un Sistema de Gestión de la Energía puede ahorrar costos, así como reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, dándole una ventaja competitiva. La EN 16001¹³/ ISO 50001 representa las mejores prácticas en la gestión de la energía en edificios, por encima de cualquier norma o iniciativa nacional. La norma detalla los requerimientos para un Sistema

¹² International Organization for Standardization [online] [citado 02 de agosto de 2011] <http://www.iso.org/iso/pressrelease.htm?refid=Ref1434>

¹³ BSI Group [online] [citado 02 de agosto de 2011] <http://www.bsigroup.es/certificacion-y-auditoria/Sistemas-de-gestion/estandares-esquemas/Eficiencia-Energetica-EN-16001-ISO50001/>

de Gestión de la Energía, para permitir a su organización desarrollar e implantar una política, identificar áreas significativas de consumo energético y localizar las reducciones de energía.

La EN 16001/ ISO 50001 está indicada para cualquier organización – independientemente de su tamaño, sector o localización geográfica. Es especialmente relevante si una organización opera en una industria con un consumo intensivo de energía o ante legislaciones sobre emisiones de gases de efecto invernadero.

Si bien las distintas organizaciones no pueden controlar los precios de la energía, las políticas del gobierno o de la economía global, pueden mejorar la forma de gestionar la energía utilizada. La mejora del rendimiento energético puede proporcionar beneficios rápidos para una organización, maximizando el uso de sus fuentes de energía y los activos relacionados con la energía, lo que reduce tanto el costo de la energía y el consumo. La organización también crea contribuciones positivas para reducir el agotamiento de los recursos energéticos y la mitigación de los efectos del uso de energía en todo el mundo, como el calentamiento global.

Podemos encontrar ejemplos de supermercados que han optado por adoptar estas normas. Uno de ellos es la cadena multinacional Carrefour¹⁴, de origen Francés, siendo el primer grupo europeo y segundo mundial del sector. Posee 15.937 tiendas en 33 países (1.385 se encuentran en América Latina).

En lo que concierne a las Notas a los Estados Contables, esta certificación impacta sobre dos rubros del Estado de Resultados. En primer lugar, el rubro de “Gastos por adquisición de certificaciones”, donde se revela el importe incurrido, naturaleza de la certificación y sus efectos sobre la gestión de energía del Supermercado. Por otro lado, el rubro de “Energía eléctrica”, debe incluir una explicación del impacto de dicha implementación en el consumo y costo de la

¹⁴ Centros Comerciales Carrefour, [online] [citado 03 de junio de 2011]
<http://www.carrefour.es/grupo-carrefour/sala-de-prensa/noticias.aspx?tcm=tcm:5-3157>

energía utilizada, así como también un análisis de las variaciones de los mimos, respecto al período inmediato anterior.

2.4.6 Otras certificaciones

El Sistema Comunitario de Ecogestión y Ecoauditoría (EMAS¹⁵) es una herramienta de gestión para empresas y otras organizaciones, para evaluar, informar y mejorar su desempeño ambiental. El programa ha estado disponible para la participación de las empresas desde el año 1995 y se limitó inicialmente a las empresas de los sectores industriales. Desde el año 2001 EMAS está abierto a todos los sectores económicos, incluidos los servicios públicos y privados.

Las organizaciones reconocidas con el EMAS tienen una política medioambiental definida, hacen uso de un sistema de gestión medioambiental y dan cuenta periódicamente del funcionamiento de dicho sistema a través de una declaración medioambiental verificada por organismos independientes. Estas entidades son reconocidas con el logotipo EMAS, que garantiza la fiabilidad de la información dada por dicha empresa.

2.5 Responsabilidad Social Empresaria

2.5.1 Concepto

“La Responsabilidad Social Empresaria (RSE) es una visión de negocios que incorpora a la gestión de la empresa, el respeto por los valores y principios éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente”, así define este concepto la organización DERES¹⁶ (Desarrollo de la Responsabilidad Social), institución que procura desarrollar en el marco de la alta gestión el concepto de Responsabilidad Social de las empresas y organizaciones empresariales uruguayas.

¹⁵ European Commission – Environment, [online] [citado 08 de agosto de 2011] http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm

¹⁶ DERES: Responsabilidad Social Empresaria, [online] [citado 1 de junio de 2011] <http://www.deres.org.uy>

Este concepto trae aparejado un cambio de paradigma en cuanto al rol de las empresas en la sociedad y en su participación para el logro de un desarrollo sustentable. La emergencia de la Responsabilidad Social Empresaria refleja un cambio de valores en el que surge la necesidad a nivel empresarial y organizacional de combinar rentabilidad con desarrollo social como elementos complementarios, no antagónicos, sino que pueden potenciarse mutuamente¹⁷.

2.5.2 DERES

DERES, según describe en su sitio web¹⁸, es una organización de empresas que promueve el desarrollo conceptual y práctico de la Responsabilidad Social Empresaria en Uruguay.

La organización DERES es fundada en 2001 y constituye una organización integrada por empresas y empresarios uruguayos que centra sus objetivos en la generación de herramientas, instrumentos y materiales de apoyo, que faciliten la implementación de acciones de Responsabilidad Social Empresaria en las empresas asociadas.

Basándonos en el trabajo realizado por el Profesor Moris Cuneo¹⁹, esta organización definió cinco áreas que son evaluadas como indicadores del grado de desarrollo de la RSE de una empresa. Las mismas se describen a continuación:

- a) Valores y principios éticos: Refieren a cómo una empresa integra un conjunto de principios en la toma de decisiones y en sus procesos y objetivos

¹⁷ CUNEO GATEÑO, Moris Eduardo. 2011. Temas actuales y tendencia en la administración; Responsabilidad Social Empresaria. Facultad de Ciencias Económicas y de Administración – Cátedra Administración General.

¹⁸DERES: Responsabilidad Social Empresaria, [online] [citado 1 de junio de 2011] <http://www.deres.org.uy>

¹⁹CUNEO GATEÑO, Moris Eduardo. 2011. Temas actuales y tendencia en la administración; Responsabilidad Social Empresaria. Facultad de Ciencias Económicas y de Administración – Cátedra Administración General.

estratégicos. Para que dichos valores se vean reflejados en la actuación de la organización, al crear la declaración de visión y misión deberían incorporarse elementos como: crear valor para la sociedad, clientes y accionistas, respeto por el medio ambiente, transparencia, prácticas éticas. Adicionalmente, sería de gran utilidad para el personal al momento de enfrentarse a la toma de decisiones un código de ética o declaración de principios. Reafirmaría estos conceptos el hecho de incorporar la ética en las evaluaciones de desempeño.

- b) Condiciones de ambiente de trabajo y empleo: Están vinculadas con las políticas de recursos humanos que afectan a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, capacitación, el ambiente en donde trabajan, diversidad, balance trabajo-tiempo libre, trabajo y familia, salud, seguridad laboral, entre otros. En cuanto a las prácticas a llevar a cabo para generar un óptimo ambiente laboral, se destacan:
 - i. La promoción de la diversidad, igualdad de oportunidades y la convivencia.
 - ii. Facilitar la comunicación y la participación.
 - iii. Potenciar el “empowerment” (Proceso estratégico que busca una relación de socios entre la organización y su gente, aumentar la confianza, responsabilidad, autoridad y compromiso para servir mejor al cliente), fomentando la participación de la gente en la toma de decisiones e incentivando el aporte de ideas.
 - iv. Capacitación y desarrollo del personal.
 - v. Apoyar la flexibilidad de horario y las condiciones de trabajo.

- c) Apoyo a la comunidad: Es el amplio rango de acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sean en dinero, tiempo, productos, servicios, conocimientos u otros recursos que están dirigidas hacia las comunidades en las cuales opera. Incluye el apoyo al espíritu emprendedor apuntando a un mayor crecimiento económico de toda

la sociedad. Para el apoyo comunitario es preciso promover el voluntariado y el compromiso con la comunidad.

- d) Protección del medio ambiente Es la responsabilidad de la organización empresarial con el medio ambiente y desarrollo sustentable. Abarca temas como la optimización de los recursos naturales, su preocupación por el manejo de residuos, la capacitación y concientización de su personal. Este compromiso con el cuidado ambiental puede ponerse en práctica procurando el reciclaje y la re-utilización, facilitando el reciclaje de otros productos, reduciendo el consumo de energía y educando en el cuidado del medio ambiente.

- e) Marketing responsable: Hace referencia a una política que involucra un conjunto de decisiones de la empresa relacionadas fundamentalmente con sus consumidores y se vincula con la integridad del producto, las prácticas comerciales, los precios, la distribución, la divulgación de las características del producto, el marketing y la publicidad. Es posible llevar a cabo un marketing responsable a través de afirmaciones específicas, precisas, y confiables que brinden información sobre los productos o servicios de la organización.

Debe promoverse el uso responsable de los productos, corroborando que éstos sean seguros para la salud y el medio ambiente durante el ciclo de vida, manufactura, uso y eliminación.

El marketing responsable comprende además la venta ética, es necesario informar a empleados y clientes que prácticas tales como ejercer presión para lograr una venta, sobrevender las características de los productos o la utilización de argumentos de venta no sinceros, son observados o sancionados.

2.5.3 Impacto medioambiental

La Responsabilidad Social Empresaria orientada a la protección del medio ambiente es uno de los pilares fundamentales del accionar de las empresas que buscan incorporar con éxito políticas de Responsabilidad Social en su gestión.

Hoy en día, la preocupación por la preservación del medio ambiente es cada vez mayor, y en cada nueva generación la conciencia es mayor. Podemos decir que los consumidores cada vez valoran más a aquellas empresas que promuevan el cuidado del entorno, productos con certificaciones de menor consumo de energía, materiales reciclables, productos libres de gases tóxicos, materiales biodegradables, entre otros.

Es así que las empresas en las que se enfoca esta monografía, los supermercados, no se han quedado atrás y han decidido poner en marcha políticas que busquen proteger y preservar el medio ambiente. Consultados cada uno de los sitios web de los principales supermercados de nuestro país, se encuentra que se han implementado proyectos que buscan el cuidado de nuestro medio.

Por ejemplo, Supermercados Disco del Uruguay, ha propuesto el uso de bolsas reutilizables, vendiéndolas a un precio accesible a todos los consumidores, y dando también la posibilidad de canjearlas por unos pocos puntos de su plan de fidelización de clientes (tarjeta MAS). El objetivo de esta campaña es reducir el uso de las bolsas descartables, de modo de lograr un menor impacto en el medio ambiente.

También, se ha sustituido las clásicas bolsas de nylon en las que se empaican las compras de los clientes por “biobolsas”, ecológicamente amigables que se degradan aproximadamente en dos años, mientras que una bolsa plástica tradicional tarda al menos 100 años. Una bolsa biodegradable es aquella que ante agentes como el calor, la luz solar, el oxígeno y el estrés mecánico (fricción y

exposición a grandes vientos), se descompone (degrada) gradualmente hasta quedar convertida en agua, humus y dióxido de carbono.

“Este es un hecho concreto de responsabilidad social de DISCO con el medio ambiente y con el país. Hoy el mundo requiere acciones urgentes frente a temas como la protección del entorno, el manejo de las basuras y el calentamiento global, y nuestros clientes en Uruguay valoran este tipo de aportes. Es un avance de trascendental importancia en nuestra política medioambiental, al poner al alcance de los clientes una bolsa plástica que no deteriora la naturaleza. Nuestros clientes pueden llevar sus compras en estas bolsas confiados en que al desecharlas, no tiene impactos negativos sobre el medio ambiente. Sí a la utilización de la bolsa biodegradable, logramos adicionarle la creación de conciencia para la utilización de menos bolsas, el impacto positivo sería aún mayor.”, así describe Miguel Penengo, Gerente de Recursos Humanos y Desarrollo Sustentable de Grupo Disco Uruguay, en el artículo publicado en el sitio web del supermercado²⁰, el programa que implementa las “biobolsas”.

Al igual que el programa de “biobolsas”, se han llevado a cabo otras campañas impulsando la protección del medio ambiente, como ser la recolección de tapas plásticas, pilas agotadas, entre otros.

2.5.4 Compromiso Social

El compromiso social está íntimamente relacionado con el principio “Apoyo a la comunidad” que define DERES dentro de las áreas fundamentales de la Responsabilidad Social Empresaria. Básicamente, consiste en brindar apoyo a la sociedad en que se encuentra inmersa la empresa.

²⁰ Supermercados Disco del Uruguay, [online] [citado 1 de junio de 2011]
<http://www.disco.com.uy/>

Los protagonistas de este trabajo monográfico, los supermercados, han sabido apostar al compromiso social, incursionando en diversos proyectos. Un ejemplo de ellos es la misión Sana-Sana de supermercado Ta-Ta. Los principales objetivos de la misma son: trabajar conjuntamente con las Salas Pediátricas de los Hospitales de Salud Pública y colaborar mediante la compra de materiales como oxímetros de pulso, balanzas pediátricas, monitores fetales, otoscopios, automóviles y motos. El propósito de este proyecto es, según la información disponible en el sitio web de Ta-Ta²¹, “curar y cuidar a los niños de nuestro país, principal activo de toda nación”.

Otro de los programas de apoyo a la comunidad que lleva adelante Ta-Ta, es un proyecto en conjunto con la Asociación Down del Uruguay vigente desde el año 2000, que promueve la inserción laboral de jóvenes con Síndrome de Down en el supermercado. La finalidad de este plan es lograr que estos jóvenes se inserten en la sociedad desde un rol productivo, que desarrollen al máximo su potencial y capacidades, demostrando lo mucho que pueden hacer.

Espacio Bebé es otro de los programas impulsados por supermercados Ta-Ta. Este emprendimiento tiene como finalidad ofrecer a las jóvenes familias uruguayas un lugar que les permita encontrar todos los productos necesarios para transitar por los primeros años de la paternidad, ofreciéndoles una propuesta de consumo integral. Este emprendimiento apunta también a sensibilizar a la población sobre la importancia que adquiere un adecuado cuidado de la mamá y el niño durante el embarazo y la posterior lactancia. En el marco de este proyecto, se ha distribuido en forma gratuita material sobre embarazo, lactancia y puerperio, y se han donado productos de Ta-Ta a centros CAIF (Centros de Atención a la Infancia y la Familia) de Montevideo e Interior del país.

²¹ TA-TA SA, [online] [citado 1 de junio de 2011] www.tata.com.uy/

Por otra parte se encuentra en el sitio web del Ministerio de Salud Pública²² la noticia de que el supermercado Tienda Inglesa ha hecho una donación de 5.000 termómetros digitales a ASSE (Administración de los Servicios de Salud del Estado), para contribuir con esta institución y para desalentar el uso de los tradicionales termómetros de mercurio, ya que se ha comprobado el efecto nocivo que tiene este elemento sobre el ser humano.

Supermercados Devoto también ha puesto en marcha proyectos de compromiso social, uno de ellos es el programa “Niños con alas”, que consiste en colaborar con la Fundación Niños con Alas que se dedica a la mejora de la calidad de vida de los niños en su etapa escolar y liceal. Devoto apoya a dicha Fundación mediante campañas anuales de recolección de fondos gracias a sus clientes y otras actividades²³.

2.5.5 Un nuevo estado contable

El surgimiento de un nuevo paradigma a la hora de hacer negocios, y la nueva manera de gestionar las organizaciones, orientando gran parte de la generación de valor hacia la preservación del medio ambiente, al aporte al Estado, a los empleados y a la sociedad, ha colocado a la Responsabilidad Social Empresaria en un lugar de privilegio, convirtiéndola en el medio por el cual las empresas pueden contribuir a un desarrollo sustentable de la sociedad²⁴.

Según una publicación del sitio web de Price Waterhouse Coopers Chile²⁵, hoy en día es esencial que las empresas tengan un Programa de Sostenibilidad y responsabilidad corporativa, ya que no sólo es fundamental para la estrategia del negocio sino que se trata de un conductor del negocio cada vez más importante. El

²² Ministerio de Salud Pública, [online] [citado 1 de junio de 2011] www.msp.gub.uy

²³ Supermercado Devoto, [online] [citado 1 de junio de 2011] www.devoto.com.uy

²⁴ PERERA, Luis. 2010. Responsabilidad Social. *Chihuahua Responsable*. Disponible en internet. [online] [citado 1 de junio de 2011] <http://www.chihuahuaresponsable.com/entrevistas>

²⁵ Price Waterhouse Coopers, [online] [citado 1 de junio de 2011] www.pwc.com/cl

programa de sostenibilidad comienza con el compromiso de incorporar factores sociales, ambientales, económicos y éticos dentro del proceso de toma de decisiones estratégicas de una compañía. También comprende la evaluación de cómo estos factores afectan el negocio, incluyendo a todas sus partes interesadas, y qué riesgos y oportunidades presentan. Finalmente, el programa de sostenibilidad invita a los negocios a adoptar medidas para disminuir los riesgos y tomar ventaja de las oportunidades.

En la procuración de que las gestiones de Responsabilidad Social Empresaria de las distintas empresas sean comparables y genuinas, es que surge el Reporte de Sustentabilidad. El Reporte de Sustentabilidad es un instrumento estratégico para comunicar, avalar, difundir y multiplicar el ejercicio de la RSE, agregándole valor a la organización. Es un documento independiente, que da cuenta en forma balanceada del desempeño económico, social y medioambiental de una empresa, que debe ser publicado periódicamente.

Su función principal es hacer transparente las acciones relacionadas con la Responsabilidad Social Empresaria a los públicos de interés, construyendo mejores vínculos entre la empresa, la sociedad y el medio ambiente.

En la República de Chile, la organización sin fines de lucro Acción RSE, cuyo objetivo es trabajar conjuntamente con las empresas en el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresaria y el desarrollo sustentable en Chile, crea en el año 2006 el reconocimiento “Premio Reporte de Sustentabilidad”.

Las categorías que reconoce este premio son:

- a) Premio al Mejor Reporte de Sustentabilidad (1° y 2° lugar)
- b) Premio al Mejor Primer Reporte de Sustentabilidad
- c) Premio al Mejor Reporte de Sustentabilidad Pyme

Este reconocimiento tiene como objetivo por un lado estimular el desarrollo y el perfeccionamiento de estos reportes, argumentando que el Reporte de Sustentabilidad es la mejor herramienta para transparentar y comunicar la gestión económica, social y medioambiental de las empresas. Por otro lado, busca también destacar y contribuir a la divulgación de los mejores reportes desarrollados por empresas chilenas²⁶.

Focalizando el análisis de este nuevo Estado Contable en los protagonistas de esta monografía, los supermercados, nos encontramos con algunas conocidas cadenas de supermercados del mundo que presentan su Reporte de Sustentabilidad en sus respectivos sitios web.

Tal es el caso del supermercado Walmart de Chile²⁷, miembro del grupo Wal-Mart Stores Inc., uno de los más grandes “retailers” (empresas especializadas en la comercialización masiva de productos o servicios uniformes a importante número de consumidores) a nivel mundial.

El reporte de sustentabilidad de este supermercado transmite la voluntad de compartir y transparentar la gestión en los ámbitos medioambiental, social y económico. También menciona sus desafíos a nivel organizacional como ser: estar concentrados en el servicio al cliente, llegar a ser más productivos y competitivos, reducir costos, alcanzar nuevos umbrales de desarrollo, ofrecer productos de calidad a precios más económicos, la búsqueda de la excelencia y el respeto por las personas.

La estrategia de sustentabilidad de Walmart a nivel medioambiental y social, se implementa a través de cuatro pilares básicos:

1) Personas y comunidad

²⁶ Acción RSE, [online] [citado 1 de Junio de 2011] www.accionrse.com.cl

²⁷ Walmart Chile, [online] [citado 8 de Agosto de 2011] <http://sustentabilidad.dys.cl/>

- 2) Ahorro y aprovechamiento de energía
- 3) Reducción de los desperdicios
- 4) Productos amigables con el medio ambiente.

En lo que concierne al aspecto medioambiental, Walmart en este reporte de sustentabilidad busca transmitir su compromiso por alcanzar metas específicas y cuantificables en aspectos como la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, ahorro energético, disminución de desechos e incremento de productos sustentables, aprovisionamiento ético y voluntariado comunitario.

En cuanto al aspecto social, uno de los apartados del Reporte se denomina “Integridad como principio rector”, definiendo a la integridad como al concepto que debe guiar el comportamiento de sus colaboradores y la relación con clientes, proveedores y comunidad.

El reporte contiene además un capítulo de Gobierno Corporativo. En el mismo se incluye un organigrama con todos los directores de la firma, una lista de los principales accionistas, se hace mención a un comité de directores y se explica acerca de las políticas para el tratamiento de la información privilegiada y la transacción de valores emitidos.

Otro de los capítulos está dedicado a la consulta a los públicos de interés, recopilando las distintas perspectivas, opiniones y expectativas que tienen clientes, colaboradores, proveedores, ONGs, la comunidad en su conjunto y los gremios, sobre supermercados Walmart.

Finalmente, se dedica un capítulo al desempeño económico, en el que se exponen los resultados del período, se describen cuáles han sido sus principales aportes a grupos de interés y cómo se ha contribuido con el gobierno.

Otro supermercado de reconocida trayectoria que ha presentado su Reporte de Sustentabilidad es Carrefour Argentina. El grupo Carrefour es un líder en distribución; desarrolla actualmente cuatro modalidades principales de tiendas: los hipermercados, los supermercados, tiendas maxidescuento (venta de artículos a precios rebajados) y las tiendas de proximidad (nueva modalidad de venta que se traduce en una tienda de barrio, cuya función es brindar una solución rápida y eficaz al consumidor, basándose en una mutación de los modos de vida y de consumo).

El Grupo Carrefour, abordando el tema de la sustentabilidad publica su reporte²⁸ comunicando en su introducción su preocupación por estar más cerca de cada uno de sus grupos de interés, conocer sus pensamientos y opiniones para construir oportunidades y mejoras para todos. Seguidamente, se mencionan algunos de los objetivos que persigue, entre ellos: construir relaciones sostenibles con grupos de interés, promover el desarrollo local y económico, generar nuevas fuentes de trabajo, contribuir al cuidado del medio ambiente, brindar calidad en los productos, así como comodidad, cercanía, nuevos espacios, y la mejor atención a precios bajos.

El Reporte de Sustentabilidad consta de 9 capítulos en las que se describen diferentes áreas que hacen a la sustentabilidad de la organización. Los dos primeros capítulos están destinados a los desafíos de Carrefour para con sus grupos de interés: colaboradores, clientes, proveedores, medioambiente y comunidades locales.

Los capítulos 3 y 4 se denominan “Enfoque y estrategia de sustentabilidad” y “Responsabilidad económica” respectivamente, y se asemejan al capítulo de Gobierno Corporativo que mencionamos anteriormente en el Reporte de Sustentabilidad de Supermercados Walmart. En estos apartados Carrefour hace

²⁸ Carrefour Argentina, [online] [citado 9 de Agosto de 2011]
http://comunicarseweb.com.ar/download.php?tipo=acrobat&view=1&dato=1311877227_reporte-carrefour-web.pdf

mención a su política de precios bajos, a la preocupación de la empresa por escuchar a sus clientes y por lograr la diferenciación en distintos segmentos. Adicionalmente, se informa acerca de los altos estándares de transparencia que buscan alcanzar de modo de lograr una gestión exitosa de la sustentabilidad, que favorezca el desarrollo personal y profesional de cada colaborador y que garantice una imagen positiva entre los grupos de interés. Para alcanzar tal transparencia, el grupo cuenta con un Código de Ética que establece principios que deben guiar a diario las acciones de todos los integrantes de la compañía. Asimismo, se cuenta con un canal de comunicación llamado 0800 ACTUAR, para que todos los colaboradores puedan denunciar conductas antiéticas.

Los capítulos 5 y 6 están destinados a la Responsabilidad Social y Ambiental. En lo que respecta al aspecto social, Carrefour hace énfasis en la satisfacción de sus empleados; el reporte refleja claramente su preocupación por el bienestar de sus funcionarios: menciona como principales objetivos la salud, la seguridad y la higiene en el trabajo. Se transmite además la voluntad de lograr un clima organizacional confortable, buscando la satisfacción del personal, su identificación con el proyecto de la compañía, que sus empleados desarrollen plenamente sus competencias, que exista una correcta comunicación interna, entre otros desafíos.

Considerando el aspecto ambiental, el reporte trata tres grandes aspectos: la acción de Carrefour respecto al cambio climático, la preservación de los recursos y la biodiversidad, y el manejo de residuos y reciclaje. La empresa promueve el uso inteligente de la energía eléctrica a través de la implementación de cambios en la infraestructura de las tiendas y la incorporación de nuevas tecnologías, mediante las cuales la compañía busca reducir su consumo total de energía.

Un paralelismo entre Carrefour y los supermercados de nuestro país que se mencionan en el punto 2.5.2, es el esfuerzo por reducir el uso de bolsas plásticas, que generan más contaminación y residuos, e implementar las bolsas reutilizables.

Carrefour incluye dentro de su política medioambiental el enfoque de las 3 R's para la gestión de residuos y reciclaje: Reducir, Reutilizar y Reciclar. Como para reciclar, primero es necesario separar los residuos, se lleva adelante una clasificación de estos entre residuos húmedos, desechos orgánicos y todo material que no se recicla, y material reciclable.

El séptimo capítulo de este nutrido Reporte de Sustentabilidad trata sobre los indicadores clave del negocio. Estos indicadores tienen como objetivo medir el nivel de servicios, realizar un diagnóstico de la situación, comunicar e informar sobre la situación y objetivos, y motivar a los equipos responsables del cumplimiento de estos indicadores.

El capítulo 8 se denomina “Tabla GRI y Pacto Global de Naciones Unidas”. La publicación del Reporte de Sustentabilidad de Carrefour está basada en los principios e indicadores de la Guía G3 de GRI. GRI (Iniciativa de Reporte Global – “Global Reporting Initiative”) es una institución independiente que creó el primer estándar mundial de lineamientos para la elaboración de reportes de sustentabilidad. Esta institución es un centro oficial de colaboración del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). Los lineamientos de GRI establecen un marco para informar el resultado de los aspectos económicos, medioambientales y sociales de las empresas, permitiendo presentar esta información en forma sistematizada y transparente. A su vez, promueven la comparabilidad de dicha información entre las distintas organizaciones o empresas participantes. Este capítulo del reporte está destinado a exponer los distintos indicadores de desempeño, siguiendo los lineamientos de GRI.

Finalmente, el último capítulo incluye un mensaje para los grupos de interés, comprometiéndose a la mejora continua, y agradeciendo a todos los que participaron en la confección del reporte.

Considerando los dos reportes analizados, se puede decir que en ambos se hace hincapié en la transparencia de la gestión, en el esfuerzo constante por contribuir con los grupos de interés, en la preocupación por la satisfacción del consumidor, por el bienestar de sus empleados, por el desarrollo medioambiental, promoviendo el reciclaje y el consumo racional de energía. El Reporte de Sustentabilidad es el primer estado contable que no basa su confección únicamente en números, resultados e indicadores, sino que busca integrar en un único informe el desempeño de todas las áreas en las que se desenvuelve una empresa, procurando transmitir la integridad de su gestión.

3. Notas a los Estados Contables

3.1 Concepto

Las Notas a los Estados Contables forman parte del conjunto de los Estados Financieros. Su presentación tiene como objetivo cumplir con los requisitos de la información contable tales como claridad e integridad, ya que en ellas se expone información de gran utilidad para la toma de decisiones que no está directamente reflejada en el Estado de Situación Patrimonial, Estado de Resultados, Estado de Evolución del Patrimonio o el Estado de Flujo de Efectivo²⁹.

El párrafo 11 de la NIC 1 establece que las Notas “contienen información adicional” a la presentada en los Estados Contables; incluyen “descripciones narrativas, desagregaciones” e “información sobre partidas que no cumplen con las condiciones para ser reconocidas en dichos estados”.

El Decreto 103/991³⁰ dice que “las Notas son parte integrante de los Estados Contables y facilitan su interpretación. Deben tener un título y ser numeradas correlativamente cuando corresponda.”

La NIC 1 agrega en su párrafo 103 que en las Notas se presenta información sobre:

- a) Bases para la formulación de los Estados Contables y políticas contables empleadas;
- b) Requerida por NIIF y no presentada en los estados;
- c) Adicional relevante para la comprensión de los estados.

²⁹Cátedra Contabilidad Básica, UDELAR, [online] [citado 14 de junio de 2011] www.ccee.edu.uy/ensenian/catconba

³⁰ PODER EJECUTIVO, Uruguay. 1991. Decreto 103/991, [online] [citado 14 de junio de 2011]. Disponible en Internet: www.presidencia.gub.uy/sci/decretos

Las Notas a los Estados Contables buscan profundizar de forma ordenada y a través de un texto narrativo, diferentes aspectos que se encuentran en el cuerpo principal del balance, así como brindar información de carácter adicional. La composición del saldo Deudas Financieras, las políticas o bases contables utilizadas en la composición de los Estados Contables, son ejemplos de Notas.

Es de suma importancia para los usuarios estar informados acerca de las bases sobre las cuales se elaboran los Estados Contables (por ejemplo: costo histórico, costo corriente, valor neto realizable, valor razonable o importe recuperable), ya que éstas afectan significativamente su capacidad de análisis³¹.

De acuerdo a lo establecido por la NIC 1 en su párrafo 36, las Notas a los Estados Contables deben también presentarse en forma comparativa con el ejercicio anterior: “La información comparativa deberá incluirse también en la información de tipo descriptivo y narrativo, siempre que ello sea relevante para la adecuada comprensión de los estados financieros del período corriente.”

3.2 Aspectos Generales

La presencia de Notas a los Estados Contables, según establece el Decreto 103/991³², debe ser claramente indicada, exponiéndose agrupadas en una única sección.

En lo que concierne a la presentación de las Notas, las mismas deben tener un título que permita identificar con claridad el tema que cada una trata, y ser numeradas correlativamente cuando corresponda. Dicho número es referenciado

³¹ CENDOYA, Cesar. 2008. *Contabilidad y Sociedades Comerciales: Contempla las nuevas disposiciones legales y reglamentarias*. Séptima edición. Montevideo, Uruguay. Fundación de Cultura Universitaria

³² PODER EJECUTIVO, Uruguay. 1991. Decreto 103/991, [online] [citado 14 de junio de 2011]. Disponible en Internet: www.presidencia.gub.uy/sci/decretos

en los Estados Contables, mencionando su existencia entre paréntesis, a continuación del capítulo o rubro.

3.3 Estructura

Si bien las Notas a los Estados Contables no poseen una estructura preestablecida, en base a la información que las normas contables adecuadas aconsejan revelar puede definirse una posible estructura que describimos en el capítulo 5 del presente trabajo.

4. Normativa Contable

4.1 Concepto

Una norma es una regla que se debe seguir o a que se deben ajustar las conductas, tareas, entre otras actividades. Las normas contables son disposiciones que pautan la actividad contable, facilitando la exposición e interpretación de la información a emisores y receptores de Estados Contables.

De acuerdo al decreto 162/04³³ del Poder Ejecutivo, las normas contables adecuadas son todos aquellos criterios técnicos, previamente establecidos y conocidos por los usuarios, que se utilizan como guía de las acciones que fundamentan la preparación y presentación de la información contable (estados contables) y que tienen como finalidad exponer en forma adecuada la situación económica y financiera de una organización.

La existencia de la normativa contable permite crear un marco de referencia con el fin de lograr uniformidad en los objetivos de la información suministrada. Además busca definir la terminología a utilizar en la presentación de la información y obtener información armonizada, comparable en el tiempo y en el espacio, generando confiabilidad.

La emisión de normas contables es realizada por diferentes organismos:

- a) Organismos profesionales: Nacionales, Regionales e Internacionales
- b) Organismos reguladores no estatales: Bolsas de valores, Calificadoras de riesgo
- c) Organismos reguladores estatales: Parlamento, Poder Ejecutivo, Banco Central, Ministerios, Otros organismos reguladores

³³ Normas contables adecuadas, Decreto 162/04 y NICs. Los elementos básicos para una adecuada presentación de estados contables.” Ernst and Young, Octubre 2004.

La coexistencia de distintos tipos de normas contables en el Uruguay, fundamentalmente las legales y las profesionales, ha creado la posibilidad de conflictos, en la medida que puedan verificarse discrepancias entre unas y otras. Las normas legales tienen un mayor grado de coercibilidad, en tanto son emitidas por el Estado; de las normas profesionales puede esperarse una mayor flexibilidad, dada la posibilidad de una más rápida adaptación a los cambios en la teoría contable y en la realidad económica, y tienen además el respaldo de la autoridad técnica del emisor.

Afortunadamente, en nuestro país tanto las normas legales como las profesionales, se han remitido históricamente en lo esencial a una misma fuente de normas internacionales, lo que disminuye sustancialmente la posibilidad de que exista más de una solución a un mismo problema. No obstante, debe destacarse que las normas profesionales no han seguido en los últimos años el proceso de actualización que han experimentado en el Uruguay las normas contables legales³⁴.

4.2 Normativa Contable en el ámbito internacional

La Normativa Contable Internacional busca contribuir al desarrollo y a la uniformización de los principios contables, de modo de lograr que los Estados Contables sean internacionalmente comparables. La globalización y la expansión del comercio internacional han contribuido a que esta preocupación por lograr criterios contables únicos tome cada vez más impulso.

A continuación nos referimos a los organismos encargados de la elaboración y difusión de la Normativa Contable Internacional.

³⁴ CENDOYA, Cesar. 2008. *Contabilidad y Sociedades Comerciales: Contempla las nuevas disposiciones legales y reglamentarias*. Séptima edición. Montevideo, Uruguay. Fundación de Cultura Universitaria

4.2.1 IASC

El Comité Internacional de Normas Contables³⁵ (conocido por su sigla en inglés como el IASC, “International Accounting Standard Committee”) se funda en Junio de 1973 en la ciudad de Londres, y fue sustituido en Abril del 2001 por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (conocido como el IASB, “International Accounting Standard Board”). Fue el responsable de desarrollar las Normas Internacionales de Contabilidad (NICs) y promover la utilización y aplicación de estas normas.

El IASC se funda como resultado de un acuerdo entre los organismos de contabilidad de los siguientes países: Australia, Canadá, Francia, Alemania, Japón, México, Países Bajos, Reino Unido, Irlanda y Estados Unidos de América. Luego con el transcurso del tiempo, fue incorporando nuevos países asociados, como ser Nigeria, Sudáfrica, Italia, China, India, etc.

Constituye el Comité Permanente de Interpretación (SIC), cuyo objetivo era dictar normas de carácter interpretativo sobre temas contables respecto de los cuales se hubieran planteado disputas, o bien no estuvieran aún recogidas por las NICs vigentes. Estas interpretaciones forman parte del cuerpo normativo del IASC y, debidamente numeradas, se publican conjuntamente con las NICs.

4.2.2 IASB

El IASB³⁶ (por su sigla en inglés: “International Accounting Standards Board”) es una organización privada sin fines de lucro que trabaja para el interés público, cuyo principal propósito es el establecimiento de normas contables adecuadas.

³⁵ Teórico digital 2011 del curso de Teoría Contable Superior, [online] [citado 7 de Junio de 2011] <http://eva.ccee.edu.uy/course/view.php?id=288>

³⁶ IASB [online] [citado 7 de Junio de 2011] <http://www.ifrs.org>

Fue fundado el 1º de abril de 2001, sustituyendo al anterior IASC (“International Accounting Standards Committee”) y tiene su sede en Londres, Inglaterra.

Sus integrantes son responsables del desarrollo y publicación de las IFRS (Normas Internacionales de Información Financiera; en inglés “International Financial Reporting Standard”, incluyendo las IFRS diseñadas para PYMES (SMEs, “Small and Medium-sized Entities”).

En el proceso de transformación del IASC al IASB, este último adopta como normas las emitidas por el IASC (Normas Internacionales de Contabilidad, NICs), y las mantuvo en vigencia hasta que las fueron modificadas o reformuladas.

Un año más tarde el Comité Permanente de Interpretación (SIC) cambia su nombre por Comité de Interpretaciones de Información Financiero (IFRIC, “International Financial Reporting Interpretations Committee”) y pasa a ser el comité encargado de interpretar tanto las NICs como las NIIFs.

Los objetivos del IASB³⁷ se enuncian a continuación:

- a) Desarrollar un conjunto único y de alta calidad de normas contables, que sea entendible y obligatorio
- b) Promover el uso y la aplicación rigurosa de estas normas
- c) Tener en cuenta las necesidades especiales de las pequeñas y medianas empresas así como de las economías emergentes
- d) Cooperar para lograr la convergencia entre las normas contables de cada país y las IFRS, para lograr soluciones de alta calidad.

Todas las sesiones del IASB son llevadas a cabo en público y transmitidas vía internet.

³⁷ Teórico digital 2011 del curso de Teoría Contable Superior, [online] [citado 7 de Junio de 2011] <http://eva.ccee.edu.uy/course/view.php?id=288>

En el cumplimiento de sus funciones, al momento de establecer las normas, el IASB desarrolla procedimientos exhaustivos y abiertos, con el fin de lograr la máxima transparencia en su labor.

Este organismo está estrechamente vinculado con las partes interesadas de todo el mundo, incluidos inversores, analistas, organismos reguladores, firmas líderes, emisores de normas contables locales e instituciones vinculadas a la profesión contable.³⁸

4.3 Normativa Nacional

Cuando nos referimos a las Normas Contables Adecuadas (NCA) en nuestro país, debemos hacer una distinción entre normas contables legales y normas contables profesionales. La profesión las emite a través del Colegio de Contadores y Economistas del Uruguay, por medio de Pronunciamientos. Los mismos son tomados en cuenta por el Poder Legislativo y el Poder Ejecutivo para la aprobación de las normas contables legales, pero no hay una obligatoriedad ni sistematicidad en cuanto a la necesaria consistencia entre estas dos fuentes de normas.

Es decir que las normas profesionales obligan sólo a los profesionales y las normas legales obligan a toda la comunidad en general, alcanzando, en consecuencia, tanto a los profesionales como a las entidades que están sujetas a contralor.

³⁸ IASB [online] [citado 7 de Junio de 2011] <http://www.ifrs.org>

Adicionalmente, dado su objeto, las entidades financieras y las compañías de seguros están sujetas a la normativa y el control del Banco Central del Uruguay, el que impone un cuerpo propio de normas contables a aplicar por estas entidades³⁹.

4.3.1 Normas Legales y Principales Decretos reglamentarios

Hasta la aprobación de la Ley N° 16.060 de Sociedades Comerciales del 4/9/1989, las disposiciones de carácter legal relativas a la materia contable, debían buscarse en el Código de Comercio de 1866 y normas modificativas. El legislador inicialmente mantuvo la preocupación por la existencia de elementos de prueba procedentes de la contabilidad, previendo situaciones de controversias de la empresa con terceros o entre los propios socios. Hoy en día, la contabilidad es considerada mucho más que un elemento de prueba, ya que es sabido que forma parte del sistema de información de un ente que, a través de la presentación de ciertos informes, sirve como herramienta para la toma de decisiones.

Ley 16.060 – Sociedades Comerciales

La Ley N° 16.060 incursiona en el tema de presentación de información contable a terceros y en el de nuevas técnicas de procesamiento de datos. La Ley en su artículo 88 establece la obligatoriedad para las sociedades comerciales de presentar sus Estados Contables de acuerdo con normas contables adecuadas apropiadas en cada caso, de modo que reflejen con claridad y razonabilidad la situación patrimonial, los beneficios obtenidos o las pérdidas sufridas. Este artículo determina además, en el caso de las sociedades comerciales, la duración de su ejercicio económico en un año, y que la fecha de cierre será fijada por los administradores de la sociedad. Sólo excepcionalmente puede ser modificada la duración del ejercicio, con aprobación de la mayoría social o de la asamblea en su caso, requiriéndose además en las sociedades anónimas abiertas la conformidad de la Auditoría Interna de la Nación.

³⁹ Cátedra Introducción a la Contabilidad, UDELAR, [online] [citado 23 de Julio de 2011] http://www.ccee.edu.uy/ensenian/catcont1/material/medelos_normas.pdf

El artículo 87 de la Ley establece que dentro de los cuatro meses de la fecha de cierre del ejercicio económico, los administradores de la sociedad deberán formular como mínimo:

- a) El inventario de los diversos elementos que integren el activo y pasivo social a dicha fecha.
- b) El balance general (estado de situación patrimonial y de resultados)
- c) La propuesta de distribución de utilidades, si las hubiera.

El literal B) fue modificado por el artículo 499 de la ley 18.362, pasando a decir: “B) Los estados contables (balance general)”.

El inciso 1° del artículo 91 delega la definición de las normas contables adecuadas a las que han de ajustarse los Estados Contables de las sociedades comerciales.

Modificaciones posteriores a la Ley 16.060

A continuación se presenta en el siguiente cuadro comparativo, las principales modificaciones introducidas en la Ley 16.060, establecidas por la Ley 18.362, Rendición de Cuentas y Balance de Ejecución Presupuestal Ejercicio 2007.

Ley 16.060 Sociedades Comerciales, previo a las reformas introducidas	Modificaciones introducidas Ley 18.362, Rendición de Cuentas, Ejercicio 2007
<p>Artículo 87. (Estados contables).- Dentro de los cuatro meses de la fecha de cierre del ejercicio económico, los administradores de la sociedad deberán formular como mínimo:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) El inventario de los diversos elementos que integren el activo y pasivo social a dicha fecha. b) El balance general (estado de situación patrimonial y de resultados). <p>La propuesta de distribución de utilidades, si las hubiera.</p>	<p>Artículo 87. (Información a presentar).- Dentro de los cuatro meses de la fecha de cierre del ejercicio económico, los administradores de la sociedad deberán formular como mínimo:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) El inventario de los diversos elementos que integren el activo y pasivo social a dicha fecha. b) Los estados contables (balance general). c) La propuesta de distribución de utilidades, si la hubiera. <p><i>(Art. 499 Ley 18.362 Ley de la Rendición de Cuentas Ejercicio 2007)</i></p>
<p>Artículo 88. (Normas generales).- El ejercicio económico será de un año y su fecha de cierre determinada por los administradores de la sociedad.</p> <p>La duración del ejercicio sólo podrá ser modificada excepcionalmente con aprobación de la mayoría social o de la asamblea en su caso y tratándose de una sociedad anónima abierta, con la conformidad del órgano estatal de control.</p> <p>Los estados contables deberán ser confeccionados de acuerdo a normas contables adecuadas que sean apropiadas a cada caso, de tal modo que reflejen, con claridad y razonabilidad, la situación patrimonial de la sociedad, los beneficios obtenidos o las pérdidas sufridas.</p> <p>Para la elaboración de los estados contables correspondientes a cada ejercicio, se seguirán las mismas formas y los mismos métodos de evaluación utilizados en los ejercicios precedentes. Toda variación en tal sentido, deberá ser razonablemente fundada y aprobada expresamente por la mayoría social o la asamblea en su caso.</p>	<p>Artículo 88. (Ejercicio económico).- El ejercicio económico será de un año y su fecha de cierre será determinada por los administradores de la sociedad.</p> <p>La duración del ejercicio sólo podrá ser modificada excepcionalmente con aprobación de la mayoría social o de la asamblea en su caso y tratándose de una sociedad anónima abierta con la conformidad del órgano estatal de control.</p> <p><i>(Art. 499 Ley 18.362 Ley de la Rendición de Cuentas Ejercicio 2007)</i></p>

Ley 16.060 Sociedades Comerciales, previo a las reformas introducidas	Modificaciones introducidas Ley 18.362, Rendición de Cuentas, Ejercicio 2007
<p>Artículo 89. (Estado de situación patrimonial).- El estado de situación patrimonial deberá reflejar la situación económica y financiera de la sociedad al cierre del ejercicio y expondrá las cuentas del activo, las del pasivo y las del capital, reservas, provisiones y resultados con un grado de detalle que sea suficiente para permitir formarse un juicio sobre la composición del patrimonio a dicha fecha y sobre el valor de los elementos que lo integren.</p> <p>Deberán indicarse en notas, que formarán parte integrante del estado de situación patrimonial los criterios empleados para la valuación de los activos y pasivos y deberá aclararse expresamente si los mismos coinciden o no con los aplicados en el balance inmediato anterior. En caso de cambio de criterio, deberá informarse la incidencia que los mismos hayan tenido en el patrimonio y los resultados.</p> <p>Las sociedades controlantes en virtud de participaciones sociales o accionarias deberán presentar como información complementaria, estados contables anuales consolidados.</p>	<p>Artículo 89. (Estados contables).- Los estados contables deberán ser elaborados y presentados de acuerdo con normas contables adecuadas.</p> <p>Toda referencia al término balance general se considerará efectuada a estados contables.</p> <p>En los casos en que las normas contables adecuadas requieran la preparación de estados contables consolidados, los emisores deberán presentar además sus estados contables individuales.</p> <p>La reglamentación determinará la información básica que deben contener los estados contables".</p> <p><i>(Art. 499 Ley 18.362 Ley de la Rendición de Cuentas Ejercicio 2007)</i></p>
<p>Artículo 90. (Estado de resultados).- El estado de resultados del ejercicio deberá indicar, por separado, los originados en la actividad ordinaria de la sociedad y los provenientes de operaciones extraordinarias, discriminando los rubros positivos y negativos en la medida necesaria para permitir formarse un juicio claro sobre el volumen y contenido de cada uno de los rubros.</p>	<p>Artículo 90. Derogado</p> <p><i>(Art. 502 Ley 18.362 Ley de la Rendición de Cuentas Ejercicio 2007)</i></p>
<p>Artículo 97 (bis). Las sociedades, cualquiera sea su forma, cuyos activos totales al cierre de cada ejercicio anual superen las 30.000 UR (treinta mil unidades reajustables), o que registren ingresos operativos netos durante el mismo período que superen las 100.000 UR (cien mil unidades reajustables), deberán registrar ante el órgano estatal de control sus estados contables dentro de los ciento ochenta días siguientes a la finalización de su ejercicio económico.</p>	<p>Artículo 97 (bis). (Registro de estados contables).- Las sociedades, cualquiera sea su forma, cuyos activos totales al cierre de cada ejercicio anual superen las 30.000 UR (treinta mil unidades reajustables) o que registren ingresos operativos netos durante el mismo período que superen las 100.000 UR (cien mil unidades reajustables), deberán registrar ante el órgano estatal de control sus estados contables dentro del plazo que establezca la reglamentación.</p>

Ley 16.060 Sociedades Comerciales, previo a las reformas introducidas	Modificaciones introducidas Ley 18.362, Rendición de Cuentas, Ejercicio 2007
<p>La definición de las pautas que guiarán los cometidos del Registro y la instrumentación de las mismas corresponderá a una Comisión Asesora integrada por delegados de las instituciones privadas y públicas que determinará la reglamentación, la cual será presidida por un delegado del Ministerio de Economía y Finanzas.</p> <p>La sociedad no podrá distribuir utilidades resultantes de la gestión social sin que previamente haya registrado los estados contables correspondientes al último ejercicio cerrado. El órgano estatal de control, en caso de infracción a las prohibiciones precedentes, aplicará las sanciones que disponga la reglamentación, en el marco de lo establecido por el artículo 412 de la presente ley.</p> <p>Los estados contables permanecerán en la entidad registrante por un lapso de tres años a disposición de cualquier interesado.</p>	<p>La sociedad que se encuentre en omisión de registrar sus estados contables no podrá distribuir utilidades resultantes de la gestión social. El órgano estatal de control, en caso de infracción a las prohibiciones precedentes, aplicará las sanciones que disponga la reglamentación, en el marco de lo establecido por el artículo 412 de la presente ley.</p> <p>Los estados contables permanecerán en la entidad registrante a disposición de cualquier interesado".</p> <p><i>(Art. 500 Ley 18.362 Ley de la Rendición de Cuentas Ejercicio 2007)</i></p>

Resoluciones del Poder Ejecutivo – 768/89, 90/91, 580/07

La Resolución 768/89 del Poder Ejecutivo emitida el 15 de noviembre de 1989, determina la creación de una Comisión Asesora integrada por representantes de organizaciones empresariales, de la Bolsa de Valores, del Colegio de Doctores en Ciencias Económicas y de Administración y del Poder Ejecutivo. El cometido de esta Comisión es estudiar y aconsejar al Poder Ejecutivo sobre las normas a dictar de acuerdo a lo previsto en el artículo 91 de la Ley 16.060. Más tarde se agrega a la mencionada Comisión Asesora, a través de la Resolución 590/90, un representante del Colegio de Abogados del Uruguay.

La Resolución 90/91 del 27 de febrero de 1991 crea la Comisión Permanente de Normas Adecuadas, con los siguientes cometidos: el estudio y el análisis de

normas contables adecuadas, elaboración de proyectos reglamentarios sobre normas contables adecuadas, emisión de información que proporcione la mejor comprensión de las normas contables adecuadas.

Esta Resolución dispone que los integrantes de la Comisión sean designados por el Poder Ejecutivo.

La Resolución 580/07 de setiembre de 2007 modifica la integración de la Comisión Permanente de Normas Contables Adecuadas, agregando representantes del Tribunal de Cuentas de la República, del Banco Central del Uruguay, de la Dirección General Impositiva y de las universidades privadas, y eliminando la representación de la Asociación de Escribanos del Uruguay.

A continuación se prosigue mencionando y describiendo los principales lineamientos de los Decretos elaborados por la Comisión Permanente y aprobados por el Poder Ejecutivo.

Decreto 103/91

Esta norma jurídica sustituye al decreto N° 827/76 de 22 de diciembre de 1976. Este decreto establece las normas a seguir en la presentación de Estados Contables, por lo que constituye una norma contable en materia de exposición. En el mismo se definen los elementos a incluir en la presentación de los Estados Contables, la estructura a seguir y la información a incluir.

El artículo 2° de este decreto dispone que los estados contables que sean presentados ante organismos públicos deban:

- a) Formularse de acuerdo a normas contables adecuadas y, en especial, a las contenidas en el propio decreto 103/91;

- b) Haber sido aprobados por la mayoría social o el órgano competente de la sociedad;
- c) Estar acompañados por informe de compilación emitido por un profesional que posea título de Contador Público o equivalente, expedido por la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración de la Universidad de la República. Este aspecto fue modificado por el decreto 74/04 de 2 de marzo de 2004 que extiende el título de Contador Público antes mencionado a aquellos títulos otorgados por universidades privadas, cuyo funcionamiento hubiera sido autorizado por el Poder Ejecutivo y registrado ante el Ministerio de Educación y Cultura.

El artículo 1° del decreto 103/91 establece que las sociedades comerciales están obligadas a formular sus estados contables de acuerdo a las normas del mismo, su anexo y los modelos que se le agregan. En tal sentido, el decreto en sí constituye una norma contable adecuada en materia de exposición, con el respaldo legal del artículo 91 de la ley N°16.060. Por otra parte, los criterios técnicos establecidos en el decreto y su anexo, tienen prioridad sobre los contenidos en la normativa contable internacional, aún cuando, decreto mediante, estas disposiciones se hayan adoptado como normas contables legales en el Uruguay.

Más adelante el decreto propone la siguiente estructura para el juego de estados contables que deberán formular, al cierre del ejercicio económico, las sociedades comerciales:

- a) Estado de Situación Patrimonial;
- b) Estado de Resultados;
- c) Anexos: N°1- Bs. de Uso, Intangibles, Inversiones en Inmuebles, Amortizaciones; N°2 – Estado de Evolución del Patrimonio; N°3- Estado de Origen y Aplicación de Fondos;
- d) Notas a los Estados Contables:

- a) Información básica sobre la empresa
- b) Principales políticas contables
- c) Información referente a los activos y pasivos
- d) Hechos posteriores
- e) Criterios aplicados para la determinación del beneficio
- f) Bienes de terceros y contingencias

Reafirmando lo expuesto anteriormente, este decreto es principalmente una norma de presentación. Establece que activos y pasivos deben separarse en corrientes y no corrientes. También define que un activo o pasivo será considerado corriente cuando se estima que su realización o vencimiento se produce dentro de los doce meses a partir de la fecha cierre del ejercicio considerado. Por realización debe entenderse la transformación del activo en dinero o su equivalente.

En cuanto al activo, esta norma determina que su “ordenamiento se hará de acuerdo con su grado decreciente de liquidez, globalmente considerada en cada grupo.”

Respecto al pasivo, “el ordenamiento debe efectuarse en función del grado de certidumbre de su existencia, en sentido decreciente.” El ordenamiento del pasivo no corriente se efectúa en forma similar al del pasivo corriente.

En lo que concierne al patrimonio, “todas las cuentas que representan el Patrimonio deben separarse y agruparse en función a su naturaleza. El ordenamiento se hace de acuerdo al grado decreciente de limitaciones legales o contractuales para su distribución”.

Decreto 105/91

Este decreto, ya derogado, establece como de aplicación obligatoria a las siguientes normas internacionales de contabilidad: NIC 1, NIC 2, NIC 4, NIC 5, NIC 7, NIC 8, NIC 9 y NIC 10.

Decreto 200/93

La esencia de esta norma es establecer como obligatorias las Normas Internacionales de Contabilidad siguientes: NIC 11, NIC 12, NIC 13, NIC 16, NIC 17, NIC 18 y NIC 14 en carácter de optativa. Actualmente este decreto está derogado.

Decreto 162/04

Entre 1993 (año en que se publica el decreto 200/93) y 2001 (año en que el IASC es sustituido por el IASB) el International Accounting Standards Committee emite nuevas normas – hasta la NIC 41 -, deroga otras y revisa el texto original de las restantes; aprueba además 33 interpretaciones (SICs). Luego, a partir de 2001, el IASB comienza emitir las NIIFs.

Durante la vigencia de los decretos 105/91 y 200/93 rigen las NICs originales y no las revisadas. Por consiguiente, los adelantos que trajo consigo el mencionado proceso de revisión no quedan incorporados a las normas contables legales. Las nuevas NICs y las versiones revisadas solamente pueden tomarse como referencia “en aquellas situaciones no comprendidas dentro de las normas contables de aplicación obligatoria” (art. 4, decreto 105/91). Esta situación es subsanada a partir del decreto 162/04 del 12 de mayo de 2004.

Este decreto en su artículo 1, como ya mencionamos en el apartado 4.1, define el concepto de normas contables adecuadas, siguiendo para definirlo prácticamente los mismos lineamientos que el decreto 105/91.

El artículo 2° del decreto establece que se aprueban como normas contables adecuadas de aplicación obligatoria las Normas Internacionales de Contabilidad emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) vigentes a la fecha de su publicación, 19 de mayo de 2004. A esa fecha se habían aprobado 41 NICs (8 de ellas derogadas), 5 NIIFs y 33 SICs (17 reemplazadas).

El decreto en su artículo 8 aclara que las normas a las que refiere en el antedicho artículo 2, son publicadas en el sitio web de la Auditoría Interna de la Nación.

Respecto a aquellas situaciones no comprendidas dentro de las normas contables de aplicación obligatoria, el artículo 4 es el que regula estos casos, determinando que ante estos escenarios se tiene como referencia a la doctrina más recibida (concepto que incluye también a las normas internacionales emitidas con posterioridad a la publicación del decreto 162/04), debiéndose aplicar aquellos criterios que sean de uso más generalizado y mejor se adecuen a las circunstancias particulares de la situación que se esté analizando.

Adicionalmente establece que en caso de dudas en la interpretación de normas contables, se debe tener en cuenta lo señalado por el Marco Conceptual para la Preparación y Presentación de Estados Financieros aprobado por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad emitidas por el Comité de Interpretaciones.

El decreto 162/04 deroga los decretos 105/91 y 200/93. Sin embargo, mantiene vigente el 103/91. Este último prima sobre las NICs, a pesar de que deba brindarse toda la información adicional que requieran las normas internacionales obligatorias.

Decreto 222/04

Esta norma corrige algunos errores de redacción presentes en el decreto 162/04.

Por un lado corrige lo dispuesto en el artículo 3 del antedicho decreto, estableciendo que la NIC 7 Estados de Flujo de Efectivo, es de aplicación obligatoria en el caso que se adopte el concepto de fondos igual efectivo y equivalente.

Y por otra parte modifica el inciso 2 del artículo 4 del decreto 162/04, rectificando que en caso de dudas en la interpretación de las normas contables, se debe tener en cuenta lo dispuesto por el Marco Conceptual para la Preparación y Presentación de Estados Financieros aprobado por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad y las Interpretaciones de las Normas Internacionales de Contabilidad emitidas por el Comité de Interpretaciones.

Decreto 90/05

Este decreto determina que son consideradas Normas Internacionales de Contabilidad vigentes al 19 de mayo de 2004 (fecha de publicación del decreto 162/04), aquellas Normas Internacionales de Contabilidad traducidas oficialmente al idioma español, aprobadas a dicha fecha por el International Accounting Standard Board (IASB) o por su antecesor el “International Accounting Standard Committee” (IASC), publicadas por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos y publicadas en la página web de la Auditoría Interna de la Nación.

En los artículos siguientes la norma hace referencia la presentación de los Estados Contables en el primer ejercicio o período contable en que sea obligatoria la aplicación de la normativa establecida por el Decreto 162/04 y modificativos. El artículo 2 establece que éstos Estados Contables pueden confeccionarse de acuerdo a los requerimientos de la NIIF 1 emitida por el IASB en junio de 2003.

Por su parte el artículo 3 dispone que en caso de no aplicar la NIIF 1, hay ciertos procedimientos que deben aplicarse. En primer lugar se deben ajustar a las nuevas normas los saldos de activo y pasivo al comienzo del primer ejercicio en que se apliquen las mismas. La diferencia que surja en el patrimonio a causa del mencionado ajuste se expone en el Estado de Evolución del Patrimonio como modificaciones a los saldos iniciados. La diferencia es ajustada en los rubros Resultados Acumulados o Ajustes al Patrimonio, según corresponda. Asimismo se debe presentar una nota o anexo explicativo conciliando las diferentes existentes entre los Estados Contables correspondientes al último presentando de acuerdo a la normativa anterior y los preparados a efectos del comparativo.

El artículo 4, siguiendo con los lineamientos que deben seguirse en el primer ejercicio de aplicación de la normativa expuesta en el decreto 162/04, da la opción de optar por no realizar una presentación comparativa del Estado de Resultados, Estado de Origen y Aplicación de Fondos, Anexos y Notas a los Estados Contables.

Finalmente establece el decreto en su artículo 5 que se expone en notas que se trata del primer ejercicio en que se han aplicado las normas establecidas en el decreto 162/04 y sus modificativos, y los procedimientos seguidos para presentar o no la información comparativa referida por las Normas Internacionales de Contabilidad.

Decreto 266/07

Dado que el International Accounting Standard Board continúa trabajando por desarrollar un cuerpo único de normas contables de alta calidad y continuó aprobando nuevas Normas Internacionales de Información Financiera, la normativa adoptada en nuestro país por el anteriormente mencionado decreto 162/04 vuelve a quedar desactualizada.

Como la política del Poder Ejecutivo y de la Comisión Permanente de Normas Contables Adecuadas es la de incorporar a la normativa contable nacional las

normas del IASB, el 31 de julio de 2007 se aprueba un nuevo decreto – el 266/07 – que toma en cuenta todos los avances en materia contable internacional.

El artículo 1 del decreto 266/07 determina que se aprueban como normas contables adecuadas de aplicación obligatoria, las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por IASB a la fecha de publicación del decreto, traducidas al idioma español según autorización del referido organismo y publicadas en la página web de la Auditoría Interna de la Nación.

Seguidamente el artículo 1 define cuáles son las normas referidas, incluyendo:

- a) Las Normas Internacionales de Información Financiera
- b) Las Normas Internacionales de Contabilidad
- c) Las interpretaciones elaboradas por el Comité de Interpretaciones de las Normas Internacionales de Información Financiera o el anterior Comité de Interpretaciones.

Luego agrega, al final de su artículo 1, que el Marco Conceptual para la Preparación y Presentación de los Estados Financieros adoptado por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad es de aplicación en lo que sea pertinente.

En lo que hace a la presentación de los Estados Contables, este nuevo decreto determina en el artículo 2, que se sigue utilizando la estructura básica del anexo y los modelos de Estados Contables del decreto 103/91, adaptando los mismos a la presentación de información comparativa requerida por la NIC 1.

Por otra parte aclara que el conjunto de Estados Contables básicos en el Uruguay comprende: Estado de Situación Patrimonial, Estado de Resultados, Estado de Origen y Aplicación de Fondos (actualmente se lo conoce como Estado de Flujos de Efectivo), Estado de Evolución del Patrimonio y Notas a los Estados Contables.

Finalmente, el artículo 3 de este decreto estipula que las normas a las que se refiere anteriormente, son obligatorias para los ejercicios iniciados a partir del 1° de enero de 2009. Para los ejercicios en curso a la fecha de publicación del decreto, así como para aquellos que se inicien entre esta fecha y el 31 de diciembre de 2008, se puede optar entre la aplicación de las normas del artículo 1° en su totalidad o del conjunto normativo que describen los decretos 162/04, 222/04 y 90/05.

La normativa a la que refiere el decreto 266/07, disponible en la página web de la Auditoría Interna de la Nación, comprende 41 NICs, 8 NIIFs y 22 interpretaciones: 11 CINIIF Y 11 SIC, también de carácter obligatorio.

Decreto 99/09

Esta norma se crea tomando en consideración la necesidad de regular el ajuste de los Estados Contables a efectos de reconocer los efectos producidos por las variaciones en el poder adquisitivo de la moneda. Por otra parte, considera conveniente establecer criterios diferenciales para sociedades de menor importancia relativa.

En el primer artículo de la norma se enumera una lista que comprende a todas las entidades que deben presentar sus Estados Contables ajustados reflejando las variaciones en el poder adquisitivo de la moneda.

Seguidamente agrega que aquellas entidades comprendidas en su artículo 1 cuya moneda funcional sea el peso uruguayo, deben aplicar la metodología prevista por la NIC 29 Información Financiera en Economías Hiperinflacionarias, para reflejar los cambios en el poder adquisitivo de la moneda.

Las entidades no comprendidas dentro de la definición del primer artículo no están obligadas a realizar el descripto ajuste, pero si optan por realizarlo, no pueden efectuar ningún ajuste parcial por re expresión en base a un índice general de precios, en los ejercicios iniciados a partir del 1° de enero de 2009.

Decreto 135/09

Este decreto tiene como principal objetivo establecer criterios diferenciales para sociedades de menor importancia relativa en la presentación de Estados Contables ante el Registro de Estados Contables.

Comienza en su artículo 1 definiendo el concepto de emisores de Estados Contables de menor importancia relativa a aquellas entidades que no cumplan con alguna de las siguientes características:

- a) Sean emisores de valores de oferta pública
- b) Sus activos o ingresos operativos netos anuales cumplan los requerimientos que determinan la obligación de registrar los Estados Contables ante el Registro de Estados Contables
- c) Su endeudamiento total con entidades controladas por el Banco Central del Uruguay, en cualquier momento del ejercicio, exceda al 5% de la Responsabilidad Patrimonial Básica para Bancos
- d) Sean sociedades con participación estatal
- e) Sean controlantes de, o controladas por, entidades comprendidas en los numerales anteriores.

Prosigue estableciendo en el artículo 2 que las entidades comprendidas en la anterior definición, deben adoptar como normas contables adecuadas de aplicación obligatoria, las Normas Internacionales de Información Financiera establecidas en el artículo 1 del decreto 266/07. Agrega luego que los bienes de cambio pueden ser valuados aplicando los criterios establecidos en la NIC 2 Inventarios, o al precio de la última compra y que los pasivos por impuestos del ejercicio deben reconocerse con cargo a resultados.

En el mismo artículo establece que es de aplicación, cuando corresponda, el Marco Conceptual para la Preparación y Presentación de Estados Financieros aprobado por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad.

Aquellos emisores de Estados Contables preparados en base a estos criterios diferenciales para sociedades de menor importancia relativa deben revelar en las Notas a los Estados Contables que los mismos han sido preparados de acuerdo con “normas contables simplificadas”, entendiéndose por tales las enunciadas en este decreto.

Decreto 65/10

Este decreto retoma el tema ya tratado en el decreto 135/09 sobre normativa internacional para PYMES emitida por el IASB.

El primer artículo del decreto sustituye al artículo 1 del decreto 135/09 por el siguiente: “Se entenderá que constituyen emisores de Estados Contables de menor importancia relativa aquellas entidades que cumplan con todas y cada una de las siguientes condiciones:

- a) No sean emisores de valores de oferta pública
- b) Sus ingresos operativos netos anuales no superen las UR 200.000
- c) Su endeudamiento total con entidades controladas por el Banco Central del Uruguay, en cualquier momento del ejercicio, no exceda al 5% de la Responsabilidad Patrimonial Básica para Bancos
- d) No sean sociedades con participación estatal
- e) No sean controlantes de, o controladas por, entidades comprendidas en los numerales anteriores. ”

Esta norma sustituye también en su artículo 2, al artículo 1 del decreto 99/09, estableciendo que todas aquellas entidades que emitan sus estados contables de acuerdo con normas contables adecuadas, deben ajustarlos de modo de reflejar las variaciones del poder adquisitivo de la moneda si no quedan incluidas dentro del grupo de emisores de Estados Contables de menor importancia relativa, que describimos anteriormente.

Lo establecido en este decreto 65/10 tiene vigencia para los ejercicios iniciados a partir del 1° de enero de 2009.

Decreto 124/11

Esta norma trata acerca de las normas contables adecuadas de aplicación obligatoria para emisores de valores de oferta pública, excluyendo a las instituciones de intermediación financiera y a los entes autónomos y servicios descentralizados.

De este modo, determina como de aplicación obligatoria a las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) traducidas al español. Las normas referidas incluyen:

- a) Las normas internacionales de información financiera
- b) Las normas internacionales de contabilidad
- c) Las interpretaciones elaboradas por el Comité de Interpretaciones de las Normas Internacionales de Información Financiera o el anterior Comité de Interpretaciones.

Asimismo, el Marco Conceptual para la Preparación y Presentación de los Estados Financieros ha de ser aplicado en lo pertinente.

Las mencionadas normas son de implementación obligatoria para los ejercicios iniciados a partir del 1° de enero de 2012.

Este decreto tiene un importante impacto en los Estados Contables de las entidades emisoras de valores de oferta pública, principalmente en el Estado de Resultados, ya que en lugar de regir las pautas de exposición establecidas por el Decreto 103/991, pasa a regir lo determinado por la NIC 1 Presentación de Estados Financieros. En cuanto al resto de los Estados contables: Estado de

Situación Patrimonial, Estado de Flujo de Efectivo y Estado de Evolución del Patrimonio, los mismos no sufren variaciones significativas.

En el capítulo 7 del presente trabajo, Modelo Específico de Notas a los Estados Contables de Supermercados, se presenta el Estado de Resultados de acuerdo a los criterios establecidos en la NIC 1, con el objetivo de adaptar el modelo específico para aquellos supermercados que recurran a la emisión de valores públicos.

4.3.2 Pronunciamientos del CCEAU

En nuestro país, el Colegio de Contadores y Economistas del Uruguay es la institución encargada de emitir las normas contables profesionales denominada Pronunciamientos. Éstos, como explicamos anteriormente, son tomados en cuenta por el Poder Legislativo y el Poder Ejecutivo para la determinación de las normas contables legales.

A continuación se realiza una presentación de los Pronunciamientos vigentes que inciden en la presentación y preparación de Estados Contables.

Pronunciamiento 10

Este pronunciamiento reemplaza al anterior Pronunciamiento 4, y trata sobre las Fuentes de Normas Contables para la Presentación Adecuada de los Estados Contables.

La norma comienza definiendo el concepto de Informes Contables como a “todos los documentos emanados del sistema contable de un ente y que por lo tanto se refieren a su patrimonio en lo que respecta a su composición total o parcial en determinado momento y su evolución en el tiempo...”

Seguidamente define también el concepto de Estados Contables, como a los informes contables destinados fundamentalmente a exponer a terceros la situación

patrimonial, económica y financiera del ente. Agrega que éstos Estados proporcionan a terceros la información mínima y suficiente para que puedan formarse una opinión, con cierto grado de seguridad, sobre la situación patrimonial, económica y financiera del ente.

Luego, determina como Estados Contables al Estado de Situación Patrimonial, Estado de Resultados, Estado de Origen y Aplicación de Fondos y Estado de Evolución del Patrimonio. Establece que los dos últimos son expuestos como anexos.

Culminando con la definición de términos, dispone el concepto de normas contables, entendiendo como tales a todos aquellos criterios técnicos utilizados como guía de las acciones que fundamentan la presentación de la información contable y que tienen como finalidad exponer en forma adecuada, la situación patrimonial, económica y financiera de un ente.

La segunda parte del Pronunciamiento refiere a las distintas fuentes de normas contables. Considera fuentes de normas contables, en orden de importancia a:

- a) Los pronunciamientos del Colegio de Doctores en Ciencias Económicas y Contadores del Uruguay, emitidos con el asesoramiento de sus comisiones especializadas y aprobadas por el Consejo Directivo.
- b) Las NIC consideradas de aplicación obligatoria en nuestro país, a partir de la fecha en que así lo establezca el Consejo Directivo del Colegio de Doctores en Ciencias Económicas y Contadores del Uruguay, con el asesoramiento previo de sus comisiones especializadas.
- c) En los casos no previstos en las normas obligatorias incluidas en los numerales anteriores se tiene como referencia: la doctrina más recibida, especialmente cuando se ha desarrollado a través de textos y tratados reconocidos y coincidentes sobre los puntos en cuestión. Se considera también doctrina las Normas Internacionales de Contabilidad optativas y

las que están en proceso de traducción, publicación y difusión; las resoluciones de las Conferencias Interamericanas de Contabilidad y los pronunciamientos de la Asociación Interamericana de Contabilidad; las resoluciones de las Jornadas de Ciencias Económicas del Cono Sur y su antecesora, las Jornadas Rioplatenses de Ciencias Económicas; y los pronunciamientos de organismos profesionales de otros países.

Finalmente establece que en caso de existir varias normas contables, dentro de un mismo grupo de los anteriormente mencionados, se debe seleccionar y utilizar aquellas que sean de uso más generalizado en nuestro medio y mejor se adecuen a la situación considerada.

Pronunciamiento 11

Este pronunciamiento refiere a Normas Contables Internacionales obligatorias y optativas, y fue publicado en abril de 1990.

A través del mismo, el Consejo Directivo del Colegio de Doctores en Ciencias Económicas y Contadores del Uruguay con el asesoramiento de la Comisión de Investigación Contable determina como normas de aplicación obligatoria en el Uruguay a las NIC 1 al 20. Por otro lado señala como de aplicación optativa a las siguientes normas: NIC 7, NIC 12, NIC 14, NIC 19, párrafo 21 de la NIC 1, párrafo 26 de la NIC 2, párrafo 9 y literal a) del párrafo 17 de la NIC 5.

Pronunciamiento 14

Esta norma trata el tema del ajuste a los Estados Contables por la variación en el poder adquisitivo de la moneda, argumentando que la re expresión de Estados Contables es una herramienta que sirve para reflejar tanto los efectos de la inflación como su ausencia, contribuyendo a determinar más acertadamente los resultados y a tomar decisiones más adecuadas.

El pronunciamiento establece como obligatoria la NIC 29 Información Financiera en Economías Hiperinflacionarias.

Además dispone que en caso de que no se cumplan los supuestos enunciados por la NIC 29, que caracterizan una economía hiperinflacionaria, se debe cumplir con el siguiente procedimiento al momento de la preparación de los Estados Contables:

- a) Realizar una evaluación del efecto provocado por las variaciones en el poder adquisitivo de la moneda, es decir, determinar si es o no relevante en los Estados Contables
- b) Cuando se considere que dicho efecto es significativo, se deben ajustar los Estados Contables aplicando la metodología planteada en la NIC 29
- c) Cuando se considere que dicho efecto no es significativo, el ajuste de los Estados Contables es optativo. En caso de no realizar el ajuste, se debe exponer tal circunstancia en Notas a los Estados Contables.

4.4 Modelo contable adoptado

De acuerdo a las normas contables adecuadas adoptadas en nuestro país que han sido expuestas precedentemente, el modelo contable utilizado responde al marco de las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS).

Este modelo es de aplicación a nivel internacional lo que permite simplificar el análisis comparativo de información financiera de supermercados locales e internacionales.

Cabe destacar que actualmente existen otros modelos contables como ser las US GAAP que son los principios de contabilidad generalmente aceptados y utilizados en los Estados Unidos de América y listadas en Wall Street.

5. Modelo General de Notas a los Estados Contables

En este capítulo, se presenta una estructura general de Estados Contables, en el cual se hacen referencia las notas a los mismos, de acuerdo a lo establecido en la normativa vigente. Dichas notas, también se presentan en forma generalizada, aplicable a cualquier tipo de sociedad. En ambos casos, se presenta información comparativa con el ejercicio inmediato anterior.

ESTADO DE SITUACIÓN PATRIMONIAL (Nota 5)

(Expresado en pesos uruguayos)

ACTIVO

Activo Corriente

Disponibilidades

Caja y bancos (Nota 5.1)

Inversiones temporarias (Nota 3.11) (Nota 5.2)

Depósito a plazo fijo

Instrumentos financieros (Nota 3.13)

...

Créditos por ventas (Nota 5.3)

Deudores por venta plaza

Deudores por exportaciones

Deudores compañías vinculadas (Nota 5.10)

Documentos a cobrar

Deudores en gestión

Previsión Incobrables (Nota 3.14)

...

ESTADO DE SITUACIÓN PATRIMONIAL (cont.) (Nota 5)

(Expresado en pesos uruguayos)

Otros créditos (Nota 5.4) (Nota 3.14)

Créditos compañías vinculadas (Nota 5.10)

Créditos fiscales

Créditos al personal

Cuentas de directores

Anticipos a proveedores

Documentos en garantía

Créditos diversos

...

Bienes de cambio (Nota 5.5) (Nota 3.15)

Productos terminados

Materias primas

Mercadería de reventa

Importaciones en trámite

Previsión Obsolescencia de inventario (Nota 3.4)

...

Total Activo Corriente

Activo No Corriente

Créditos por venta a largo plazo (Nota 3.14)

Deudores por venta plaza

Deudores por exportaciones

Deudores compañías vinculadas (Nota 5.10)

Documentos a cobrar

Deudores en gestión

Previsión Incobrables (Nota

...

ESTADO DE SITUACIÓN PATRIMONIAL (cont.) (Nota 5)

(Expresado en pesos uruguayos)

Otros créditos (Nota 5.4) (Nota 3.14)

Créditos compañías vinculadas (Nota 5.10)

Activo por impuesto diferido (Nota 3.12)

...

Bienes de uso (Anexo I) (Nota 3.16)

Valores Brutos (Nota 3.27) (Nota 3.8)

Menos:

Amortización Acumulada

Intangible (Anexo I)(Nota 3.8) (Nota 3.16)

Total Activo No Corriente

TOTAL ACTIVO

Cuentas de orden y contingencia (Nota 8)

PASIVO Y PATRIMONIO

Pasivo Corriente

Deudas comerciales (Nota 3.17) (Notas 5.7)

Compañías vinculadas

Proveedores plaza

Documentos a pagar plaza

Proveedores por importación

...

ESTADO DE SITUACIÓN PATRIMONIAL (cont.) (Nota 5)

(Expresado en pesos uruguayos)

Deudas diversas (Nota 3.17) (Notas 5.9)

Documentos a pagar
Remuneraciones y cargas sociales
Empresas vinculadas (Nota 5.10)
Provisiones (Nota 3.18)
Anticipos de clientes
Honorarios a pagar
Otras deudas
...

Previsiones

Previsión por litigio (Nota 9)
...

Total Pasivo Corriente

Pasivo no Corriente

Deudas comerciales (Nota 3.17) (Notas 5.7)

Compañías vinculadas
Proveedores plaza
Documentos a pagar plaza
Proveedores por importación
...

Deudas financieras (Nota 3.17) (Notas 5.8)

Préstamos bancarios
Intereses a pagar
Intereses a vencer
...

ESTADO DE SITUACIÓN PATRIMONIAL (cont.) (Nota 5)

(Expresado en pesos uruguayos)

Deudas diversas (Nota 3.17) (Notas 5.9)

Documentos a pagar

Remuneraciones y cargas sociales

Empresas vinculadas (Nota 5.10)

Provisiones (Nota 3.18)

Anticipos de clientes

Honorarios a pagar

Otras deudas

...

Total Pasivo Corriente

TOTAL PASIVO

Patrimonio (Nota 5.11)

Aportes de propietarios

Capital

Aportes a capitalizar

Ajustes al patrimonio

Ganancias retenidas

Reservas

...

Resultados acumulados

ESTADO DE SITUACIÓN PATRIMONIAL (cont.) (Nota 5)

(Expresado en pesos uruguayos)

Resultado del ejercicio (Nota 3.6)

TOTAL PATRIMONIO

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO

Cuentas de orden y contingencia (Nota 8)

ESTADO DE RESULTADOS (Nota 6)

POR EL EJERCICIO FINALIZADO AL 31/12/20XX

(Expresado en pesos uruguayo)

Ingresos Operativos (Nota 3.6)

- Locales

- Del Exterior

- Otros ingresos

(Costo de los servicios prestados)

...

Resultado bruto

Gastos de administración y ventas

Sueldos y retribuciones

Contribuciones sociales

Honorarios profesionales

Servicios contratados

Comisiones

Impuestos, tasas y contribuciones (Nota 1.4)

Amortizaciones

ESTADO DE RESULTADOS (cont.) (Nota 6)
POR EL EJERCICIO FINALIZADO AL 31/12/20XX
(Expresado en pesos uruguayos)

Energía eléctrica, teléfono, agua
Deudores incobrables
Papelería
Locomoción y Fletes
Certificaciones de calidad (Nota 6.1)
Otros gastos
...

Resultados financieros

Intereses ganados
Intereses perdidos
Descuentos financieros
Diferencia de cambio
Resultados por desvalorización monetaria (Nota 3.4)
Resultado por tenencia de instrumentos financieros (Nota 3.13)
...

Resultados Diversos

Resultado por venta de Bien de Uso
Costo de venta de Bienes de Uso
Otros ingresos diversos
Otros egresos diversos
Resultado por deterioro de bienes de uso (Nota 3.8)
Resultado por deterioro de intangibles (Nota 3.8)
...

Impuesto a la renta

Impuesto a la renta diferido (Nota 3.12)
Impuesto a la renta ejercicio corriente (Nota 3.12)

ESTADO DE RESULTADOS (cont.) (Nota 6)
POR EL EJERCICIO FINALIZADO AL 31/12/20XX
(Expresado en pesos uruguayos)

RESULTADO NETO (Nota 3.6)

ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS

Ver Nota 3.10 y Nota 7.

ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS
(expresado en pesos uruguayos)

1. FLUJO DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	Año II	Año I
Resultado del período		
Ajustes por:		
Cargos no pagos		
Ingresos no percibidos		
Cambios en activos y pasivos		
...		
Fondo proveniente de actividades operativas		
2. FLUJO DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Cobro/pagos por venta/compra de bienes de uso		
Cobro por ventas de otros activos		
...		
Flujo neto proveniente de actividades de inversión		
3. FLUJO DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		
Aportes de capital		
Pago de dividendos		
....		
Flujo neto proveniente de actividades de financiamiento		
4. AUMENTO/DISMINUCIÓN DEL FLUJO NETO DE EFECTIVO		
5. SALDO INICIAL DE EFECTIVO		
6. SALDO FINAL DE EFECTIVO		

ESTADO DE EVOLUCIÓN DEL PATRIMONIO

Ver Nota 5.11

	Capital	Aportes comprisos capitalizar	y Ajustes al Patrimonio	Reservas	Resultados Acumulados	Patrimonio Total
1. SALDOS INICIALES						
<u>Aportes de propietarios</u>						
Acciones en circulación
Acciones a distribuir
Acciones suscritas
Aportes de capital en trámite	
Compromisos de suscripción	
Deudores por suscripción	(.....)	(.....)				(.....)
Primas de emisión (Nota.....)	
<u>Ganancias Retenidas</u>						
Reserva legal			
Reservas a capitalizar (Nota.....)			
Reservas afectadas (Nota.....)			
Reservas libres			
Resultados no asignados				
<u>Reexpresiones contables (Nota.....)</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>
-						
<u>SUBTOTAL</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>
2. MODIFICACIONES AL SALDO INICIAL						
(Nota.....)	-	-	-	-	-	-
<u>(Nota.....)</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>
3. SALDOS INICIALES MODIFICADOS						
(1 + 2)	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>
4. AUMENTOS DEL APORTE DE PROPIETARIOS						
Acciones suscriptas (1)
Compromisos de suscripción	
Deudores por suscripción	(.....)	(.....)				(.....)
Capitalizaciones		(.....)	(.....)	
Primas de emisión (Nota.....)	
5. DISTRIBUCION DE UTILIDADES						
Dividendos:						
Acciones				(.....)
Aportes de capital en trámite (1)				(.....)
Efectivo					(.....)	(.....)
Reserva legal				(.....)
Otras reservas				(.....)
Dietas y otros conceptos					(.....)	(.....)
				
6. DISTRIBUCION DE UTILIDADES ANTICIPADAS (Nota.....)						
			(.....)	(.....)
7. REEXPRESIONES CONTABLES						

8. RESULTADOS DEL EJERCICIO						
.....(Nota.....)	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>
<u>SUBTOTAL (4 a 9)</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>	<u>.....</u>

ESTADO DE EVOLUCIÓN DEL PATRIMONIO (cont.)

<u>SALDOS FINALES:</u>
<u>Aportes de propietarios</u>						
Acciones en circulación
Acciones a distribuir
Acciones suscritas
Aportes de capital en trámite	
Compromisos de suscripción	
Deudores por suscripción	(.....)	(.....)				(.....)
Primas de emisión (Nota.....)	
<u>Ganancias retenidas</u>						
Reserva legal (Nota.....)					
Reservas a capitalizar (Nota.....)				
Reservas afectadas (Nota.....)				
Reservas libres				
Resultados no asignados				
<u>Reexpresiones contables (Nota.....)</u>
TOTAL						

ANEXO I – BIENES DE USO, INTANGIBLES Y AMORTIZACIONES

Ver Nota 3.35

CUADRO DE BIENES DE USO Y DEPRECIACIONES
(Expresado en pesos uruguayos)

RUBRO	VALORES ACTUALIZADOS				DEPRECIACIONES					VALORES NETOS
	VALORES AL INICIO DEL EJERCICIO	AUMENTOS	BAJAS	VALORES AL CIERRE DEL EJERCICIO	ACUMULADAS AL INICIO DEL EJERCICIO	BAJAS	DEL EJERCICIO		ACUM. AL CIERRE DEL EJERCICIO	
							TASA	IMPORTE		
TOTAL										

Notas a los Estados Contables

5.1 Nota 1 - Información básica sobre la empresa

La Nota 1 se ampara en el párrafo 126 de la NIC 1 y en el apartado D) del decreto 103/91 que establecen que se debe informar en notas sino ha sido publicado en otra parte de la información publicada con los Estados Contables, lo referente a:

- a) El domicilio y forma legal de la entidad, así como el país en que se ha constituido y la dirección de su sede social.
- b) Una descripción de la naturaleza de la operación de la entidad, así como de sus principales actividades y de los cambios ocurridos durante el ejercicio.
- c) La participación de la empresa en otras sociedades, ya sea como sociedad vinculada o controlante, indicando el nombre de la sociedad, el monto de su participación y el porcentaje que representa su participación en el capital de las otras sociedades
- d) Las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales que colocan a la empresa en una situación especial, por ejemplo acogimiento a las leyes de promoción industrial, de inversiones extranjeras, de refinanciación, de regulación de precios, etc.
- e) Si se trata de una empresa en liquidación o en concordato, o sujeta a intervención de cualquier naturaleza.

1.1) Naturaleza Jurídica

En esta nota la empresa debe indicar cuál es su naturaleza jurídica, cuándo fue constituida y cuál es su domicilio. Si se trata de una sociedad anónima debe indicar si es abierta o cerrada y el tipo de acciones que emite.

Es en este apartado que debe indicar si está sujeta a intervención de cualquier naturaleza e incluir disposiciones legales, reglamentarias o contractuales que la coloquen en una situación especial.

Por ejemplo la empresa puede redactar esta nota del siguiente modo: “Ejemplo XX S.A. es una sociedad anónima uruguaya, cerrada, con acciones al portador. La totalidad del paquete accionario pertenece a La Sociedad YY S.A.”

1.2) Actividad Económica

Esta nota describe la actividad principal de la empresa y los giros accesorios de la misma, si los hubiera. Deben indicarse si corresponde, los cambios en la actividad que hayan ocurrido. Es importante dejar en claro dónde se lleva a cabo la actividad.

La empresa establece por ejemplo: “Ejemplo XX S.A. tiene por actividad principal la comercialización minorista en plaza de productos ABC a través de una cadena de locales ubicados en su gran mayoría en el departamento de Montevideo y los restantes en los departamentos de Canelones y Maldonado y un centro de distribución.”

1.3) Participación en otras empresas

Aquí se detallan las participaciones que la empresa mantiene en otras sociedades, detallando el porcentaje de la participación y una pequeña descripción de la actividad desarrollada por la sociedad en la cual se realiza la inversión.

Por ejemplo: “La sociedad XX es propietaria en forma directa de acciones de las siguientes sociedades: 20% de la Empresa YY, fábrica local de producción de calzado y 10% de la Sociedad ZZ, institución financiera de plaza.

1.4) Beneficios impositivos / Régimen fiscal

Corresponde aquí especificar en el caso de que exista un tratamiento fiscal diferente al régimen general o beneficios impositivos que sean relevantes o materiales. En caso contrario, no incluiremos esta nota.

Ejemplo de la misma: “La sociedad Menos Impuestos XX S.A. accedió al régimen previsto en la LEY 12345/20XX, por lo cual se exonera del pago de los impuestos allí determinados”.

1.5) Estados contables consolidados

Para aquellos casos en los cuales la sociedad que presenta los estados contables forma parte de un grupo económico, se debe revelar en esta nota la existencia de dichas partes relacionadas según lo establecido en el párrafo 40 de la NIC 27 Estados Financieros Consolidados y Contabilización de las Inversiones en Subsidiarias.

Se deberá revelar entonces:

- a) La naturaleza de la relación entre una controladora y una subsidiaria cuando la primera no posea directa o indirectamente a través de subsidiarias, más de la mitad del poder de voto;
- b) Las razones por las que la tenencia (directa o indirecta a través de subsidiarias) de más de la mitad del voto real o potencial de una participada no implica control sobre la misma;
- c) La fecha de presentación de los estados financieros de la subsidiaria, cuando los mismos hayan sido utilizados para elaborar los estados financieros consolidados y contengan una fecha de presentación o sean de un periodo que no coincida con los utilizados por de la controladora, así como las razones para utilizar esta fecha o este periodo diferentes; y

- d) La naturaleza y alcance de cualquier restricción significativa, (por ejemplo, como las que se podrían derivar de acuerdos de préstamo o requerimientos de los reguladores) relativa a la capacidad de las subsidiarias para transferir fondos a la controladora, ya sea en forma de dividendos en efectivo o de reembolsos de préstamos o anticipos.

Para aquellos casos en los cuales no se preparen Estados Contables consolidados, se deben establecer los motivos por los que no se consolida. Estos deben coincidir con las excepciones previstas en la NIC 27 y se deben hacer todas las revelaciones previstas en los párrafos 41 y 42 de la citada NIC.

A continuación se presenta un ejemplo: “El proceso de consolidación implica reemplazar los importes de las inversiones en las sociedades controladas, y la participación en sus resultados y flujos de efectivo por la totalidad de los activos, pasivos, resultados y flujos de efectivo de dichas sociedades, reflejando separadamente la participación minoritaria de terceros en las mismas, en caso de existir. A su vez, los saldos relacionadas o saldos “intercompany”, no son presentados en los Estados Contables consolidados, se eliminan por no contar con una contrapartida real fuera del grupo económico.

Las políticas y criterios contables aplicados por la sociedad controlada para la preparación de sus Estados Contables no difieren significativamente de aquéllos aplicados por La Sociedad XX S.A. en sus Estados Contables preparados conforme a las normas contables adecuadas en el Uruguay.

La Sociedad controlada con la cual se consolida es La Sociedad ZZ S.A., de la cual XX S.A. posee el 100% del paquete accionario.”

1.6) Aprobación de los Estados Contables

Aquí se presenta la fecha de aprobación de los Estados Contables que en caso de auditoría o revisión limitada, deberá coincidir con la fecha del dictamen o informe

de revisión limitada y la carta de gerencia. A modo de ejemplo: “Los presentes Estados han sido aprobados para su emisión por la Dirección de la Sociedad con fecha XX de MES de 20XX. Los mismos no han sido aún considerados por la Asamblea General Ordinaria de Accionistas, lo cual será realizado dentro de los plazos legales establecidos.”

5.2 Nota 2 - Estados Contables

En esta nota se exponen las fechas de aprobación por la Asamblea Ordinaria de Accionistas de los Estados Contables del último ejercicio y del anterior.

Un ejemplo de redacción de la presente nota es: “Estos Estados Contables fueron aprobados por la Dirección de la Sociedad el 15 de abril de 20XX y serán presentados dentro de los plazos legales a la Asamblea General Ordinaria de Accionistas para su aprobación.”

5.3 Nota 3 - Principales políticas contables

A continuación se hace una descripción detallada de los principales rubros y aspectos que corresponde incluir en esta Nota.

3.1) Bases de preparación de Estados Contables

Aquí corresponde exponer cuáles han sido los criterios contables utilizados en la confección de los Estados Contables. Por ejemplo, si se adoptaron las Normas Internacionales de Información Financiera al momento de preparar los Estados Contables, la NIC 1 establece en su párrafo 14 que este hecho debe ser revelado explícitamente en notas.

También se revela en esta nota, la aplicación de decretos nacionales vinculados con la preparación y presentación de los Estados Contables, como ser el decreto

103/991 que determina aspectos sobre la presentación de los Estados Contables, o el decreto 266/007 que recoge las normas contables adecuadas en nuestro país.

Otro ejemplo, es para aquellos casos en los cuales la empresa se encuentra obligada a presentar sus Estados Contables ajustados con el fin de reflejar las variaciones en el poder adquisitivo de la moneda, debe hacer referencia al decreto 99/009 dentro de esta nota.

Para aquellos casos en que las normas sobre presentación de estados contables previstas en el Decreto 103/91, su anexo y modelos, no sean compatibles o consagren soluciones contrarias a las establecidas en los decretos 266/007, 99/009, 135/009 y su modificativo 283/009 y 538/009, primarán estas últimas. Así lo establece el decreto 37/010 que también debe mencionarse en esta nota a los Estados Contables.

Se presenta a modo de ejemplo: “Los Estados Contables se han preparado de acuerdo con normas contables adecuadas en Uruguay, siguiendo lo establecido en los Decretos 130/991, 266/007, 99/009 y 37/010”. La nota continúa con una descripción de los mencionados decretos.

3.2) Criterios generales de valuación

Según lo establecido en el Decreto 103/91, los criterios de valuación deben ser expuestos en notas. Describimos aquí cómo han sido valuados Activos, Pasivos, Ingresos y Egresos, y cuál ha sido el principio contable utilizado: costo histórico, valores de mercado, costo revaluado.

Por ejemplo: “Los Estados Contables han sido preparados siguiendo el principio contable de costo histórico. Consecuentemente, activos, pasivos, ingresos y egresos son valuados a los importes en dinero efectivamente acordados en las transacciones que les han dado origen. Los importes históricos han sido

corregidos para reexpresarlos en moneda de poder adquisitivo de la fecha de cierre del ejercicio de acuerdo con los procedimientos detallados a continuación”.

En caso de que haya habido cambios en las políticas contables los mismos se deben revelar conforme a los lineamientos establecidos en la NIC 8 Políticas contables, cambios en las estimaciones y errores y de corresponder cuantificar el efecto sobre los saldos iniciales y los Estados Contables comparativos (estado de situación y resultados).

3.3) Moneda Funcional y de presentación

Aquí se establece cuál es la moneda funcional adoptada por la entidad, y en caso de adoptar una moneda distinta al peso uruguayo, deberá igualmente presentar sus Estados Contables en Pesos Uruguayos, según lo establecido por la resolución de la Auditoría Interna de la Nación con fecha 19 de mayo de 2005. Para ello, la entidad debe realizar la conversión de los Estados Contables, de acuerdo con lo establecido en la Norma Internacional de Contabilidad 21 “Efectos de las Variaciones en las Tasas de Cambio de la Moneda Extranjera” y cumplir con las revelaciones que se establecen en la misma.

El párrafo 53 determina que si la moneda funcional no es igual a la moneda de presentación, se debe poner de manifiesto en las notas, revelando además la identidad de la moneda funcional, así como la razón de utilizar una moneda de presentación diferente. Además, el Decreto 103/91 exige la revelación de los criterios de conversión de la moneda extranjera aplicados.

Retomando la NIC 21, el párrafo 54 exige ante un cambio de moneda funcional ya sea de la entidad que informa o de algún negocio significativo en el extranjero, se revela este hecho, así como la razón de dicho cambio.

En caso de presentar los Estados Contables u otra información financiera en una moneda diferente de su moneda funcional y de su moneda de presentación, debe informar según el párrafo 57, la moneda en la cual se informa, la moneda funcional y el método de conversión utilizado para confeccionar la información complementaria.

A modo de ejemplo: “La moneda funcional de los estados contables de La Sociedad XX es el dólar estadounidense y no la moneda local de Uruguay, considerando que la primera refleja la sustancia económica de los eventos y circunstancias relevantes para la Sociedad. A efectos de cumplir con las disposiciones legales vigentes, La Sociedad XX debe utilizar como moneda de presentación el peso uruguayo. La conversión desde la moneda funcional a la moneda de presentación (dólar estadounidense a peso uruguayo) se realizó aplicando los criterios establecidos en la NIC 21, según se detalla a continuación: activos, pasivos y patrimonio, excepto resultados del ejercicio y capital, a tipo de cambio de cierre; ingresos y egresos, al tipo de cambio vigente a la fecha de las respectivas transacciones; la diferencia por conversión resultante se reconoció directamente en el patrimonio dentro del capítulo Ajustes al Patrimonio”.

3.4) Corrección monetaria

El Decreto 103/991 señala que debe ser revelado el método aplicado para corregir el efecto que produce la inflación en la información contable. Es decir, se debe explicar cómo se han reflejado las variaciones en el poder adquisitivo de la moneda, contemplando también lo establecido en la Norma Internacional de Contabilidad número 29 “Información Financiera en Economías Hiperinflacionarias”

De acuerdo al párrafo 39 de la NIC 29 se debe revelar si los estados financieros, tanto para el período corriente como anteriores, han sido ajustados por inflación quedando expresados en una unidad de medida corriente a la fecha de balance y si

los estados financieros antes de la reexpresión estaban elaborados utilizando el método del costo histórico o el del costo corriente. Asimismo debe identificarse el valor del índice general de precios a la fecha de cierre del balance, así como el movimiento del mismo durante el periodo corriente y el anterior.

Vemos un ejemplo: “Con el propósito de corregir los efectos que provoca la pérdida del poder adquisitivo del peso uruguayo en los Estados Contables, se ha realizado un ajuste de los mismos, utilizando las bases conceptuales del denominado método de ajuste integral, siguiendo en términos generales el método basado en índices generales de precios recomendado por la NIC 29 “Información Financiera en economías Hiperinflacionarias.”

3.5) Definición del capital y del capital a mantener

El Decreto 103/91 establece que debe revelarse en notas el concepto de capital utilizado para la determinación de resultados. Según explica el Marco Conceptual para la Preparación y Presentación de los Estados Financieros, la selección del concepto apropiado del capital, por parte de una empresa, debe estar basada en las necesidades de los usuarios de los estados financieros. Por lo tanto, debe adoptarse una concepción financiera del capital si a los usuarios les interesa fundamentalmente el mantenimiento del capital nominal invertido o de la capacidad adquisitiva del capital invertido. Si, por el contrario, la preocupación principal de los usuarios es el mantenimiento de la capacidad productiva de la empresa, debe usarse la concepción física del capital. El concepto escogido indica el objetivo que se espera obtener al determinar el resultado, incluso aunque puedan existir ciertas dificultades de medida al aplicar, en la práctica, la concepción elegida.

De acuerdo al concepto de capital que se haya definido, se determina el concepto de capital a mantener. A continuación se describen los conceptos de mantenimiento del capital:

- a. Mantenimiento del capital financiero. Bajo este concepto se obtiene ganancia sólo si el importe financiero (o monetario) de los activos netos al final del período excede al importe financiero (o monetario) de los activos netos al principio del mismo, después de excluir los aportes de los propietarios y las distribuciones hechas a los mismos en ese período. El mantenimiento del capital financiero puede ser medido en unidades monetarias nominales o en unidades de poder adquisitivo constante.
- b. Mantenimiento del capital físico. Bajo este concepto se obtiene ganancia sólo si la capacidad productiva en términos físicos (o capacidad operativa) de la entidad al final del período (o los recursos o fondos necesarios para conseguir esa capacidad) excede a la capacidad productiva en términos físicos al principio del período, después de excluir las aportaciones de los propietarios y las distribuciones hechas a los mismos durante ese período⁴⁰.

Ejemplo: “Se ha considerado como resultado del ejercicio la diferencia que surge de comparar el patrimonio al cierre del ejercicio, calculado por la diferencia de activos y pasivos, con el patrimonio al inicio expresado en moneda de cierre, luego de excluir los aumentos y disminuciones correspondientes a aportes de capital y retiro de utilidades. A los efectos de la determinación del resultado del ejercicio, todos los importes involucrados en la variación del patrimonio se expresan en términos de moneda nacional al cierre del ejercicio. No se ha hecho ninguna provisión especial para considerar la probable cobertura que podría haber merecido el mantenimiento de la capacidad operativa de los activos”.

⁴⁰ IASC, 1989. *Marco Conceptual para la Preparación y Presentación de los Estados Financieros*

3.6) Determinación del Beneficio

En este apartado la empresa describe cómo determina su beneficio. De acuerdo a la NIC 18 Ingresos de Actividades Ordinarias, la medición de los ingresos de actividades ordinarias debe hacerse utilizando el valor razonable de la contrapartida, recibida o por recibir, derivada de los mismos. Según el párrafo 35 de la misma norma, la entidad revelará en los Estados Contables las políticas contables adoptadas para el reconocimiento de los ingresos de actividades ordinarias, incluyendo los métodos utilizados para determinar el porcentaje de terminación de las operaciones de prestación de servicios; la cuantía de cada categoría significativa de ingresos de actividades ordinarias reconocida durante el periodo, con indicación expresa de los ingresos procedentes de: venta de bienes, prestaciones de servicios, intereses, regalías, dividendos, y el importe de los ingresos de actividades ordinarias producidos por intercambios de bienes o servicios incluidos en cada una de las categorías anteriores de ingresos.

Según lo establecido en el Marco Conceptual, los gastos se reconocen en el Estado de Resultados sobre la base de una asociación directa entre los costos incurridos y la obtención de partidas específicas de ingresos. Este proceso, al que se denomina comúnmente correlación de gastos con ingresos, implica el reconocimiento simultáneo o combinado de unos y otros, si surgen directa y conjuntamente de las mismas transacciones u otros sucesos. Por ejemplo, los diversos componentes de gasto que constituyen el costo de las mercancías vendidas se reconocen al mismo tiempo que el ingreso ordinario derivado de la venta de los bienes.

Se debe aplicar el criterio de lo devengado para gastos y resultados, reconociendo los efectos de las transacciones y demás sucesos cuando ocurren (y no cuando se recibe o paga dinero u otro equivalente al efectivo).

A continuación se presenta un ejemplo: “Las ganancias son reconocidas cuando se realizan y las pérdidas cuando se incurren o se conocen, independientemente del momento en que se cobran o pagan, respectivamente. Los ingresos se reconocen cuando es probable que los beneficios económicos futuros ingresen al patrimonio de la institución como consecuencia de las transacciones llevadas a cabo por la misma. Éstos, han sido computados en base al precio de venta de las mercaderías y productos terminados efectivamente entregados a terceros durante el ejercicio y de los servicios prestados en dicho período. Para los gastos, se ha cumplido con el principio de lo devengado según lo establecido por el Marco Conceptual. Entonces, el costo de ventas representa los importes que la sociedad ha pagado o comprometido pagar para adquirir las mercaderías, productos y servicios.”

3.7) Cambio de políticas y estimaciones contables

En este apartado debe aclararse en base a qué supuestos se efectuaron las distintas estimaciones contables.

En su párrafo 116, la NIC 1 indica que debe revelarse en las notas información sobre los supuestos clave acerca del futuro, así como otros datos clave para la estimación de la incertidumbre en la fecha de balance, siempre que lleven asociado un riesgo significativo de suponer cambios materiales en el valor de los activos o pasivos dentro del año próximo. Respecto de tales activos y pasivos, las notas deben incluir detalles de su naturaleza y su importe en libros en la fecha de balance.

Por su parte la NIC 34 Información Financiera señala en su párrafo 16 que la entidad debe incluir como mínimo, en las notas de la información financiera intermedia, información de la naturaleza e importe de los cambios en las estimaciones de partidas de periodos intermedios previos dentro del periodo anual corriente, o los cambios en las estimaciones de los importes presentados para periodos anteriores, siempre que unos u otros cambios tengan un efecto

significativo en el periodo intermedio sobre el que se esté informando; es decir, siempre que sea de importancia relativa y no haya sido ofrecida en ninguna otra parte de los estados intermedios.

A su vez, el párrafo 26 establece que en aquellos casos donde la estimación correspondiente a una partida, presentada en un periodo intermedio anterior, resulta modificada de forma significativa durante el periodo intermedio final del periodo contable anual, pero no se ha publicado información financiera intermedia separada para ese periodo final, la naturaleza e importe de tal cambio en las estimaciones debe ser objeto de información específica, utilizando para ello una nota de las que correspondan a los estados financieros para el periodo contable completo.

Respecto al Deterioro del Valor de los Activos, de acuerdo a lo establecido en la NIC 36, si la agregación de los activos para identificar la unidad generadora de efectivo ha cambiado desde la anterior estimación del importe recuperable de la unidad generadora de efectivo (si lo hubiera), la entidad debe revelar en notas una descripción de la forma anterior y actual de llevar a cabo la agrupación, así como las razones para modificar el modo de identificar la unidad en cuestión.

Analizando la NIC 8 Políticas Contables, Cambios en las Estimaciones Contables y Errores, en su párrafo 28 establece que en aquellos casos en los que la aplicación por primera vez de una Norma o Interpretación tenga efecto en el periodo corriente o en alguno anterior—salvo que fuera impracticable determinar el importe del ajuste—o bien pudiera tener efecto sobre periodos futuros, la entidad debe revelar: el título de la norma, en su caso, que el cambio en la política contable se ha efectuado de acuerdo con su disposición transitoria; la naturaleza del cambio en la política contable; si corresponde una descripción de la disposición transitoria; en su caso, la disposición transitoria que podría tener efectos sobre periodos futuros; para el periodo corriente y para cada periodo anterior presentado, en la medida en que sea practicable, el importe del ajuste para

cada rubro que se vea afectado para las ganancias por acción; el importe del ajuste relativo a periodos anteriores presentados en la medida en que sea practicable; y si la aplicación retroactiva, exigida por los apartados (a) y (b) del párrafo 19 fuera impracticable para un periodo previo en concreto o para periodos anteriores sobre los que se presente información, deben explicarse las circunstancias que conducen a la existencia de esa situación y una descripción de cómo y desde cuándo se ha aplicado el cambio en la política contable.

A continuación, el párrafo 39 de la misma norma, establece que la entidad revela la naturaleza e importe de cualquier cambio en una estimación contable que haya producido efectos en el periodo corriente, o que se espere vaya a producirlos en periodos futuros, exceptuándose de lo anterior la revelación de información del efecto sobre periodos futuros, en el caso de que fuera impracticable estimar ese efecto.

Seguidamente se expone un ejemplo de nota que hace referencia a estimaciones contables: “La preparación de los Estados Contables requiere por parte de la dirección de la Sociedad XX la aplicación de estimaciones contables relevantes y la realización de juicios de valor y supuestos en el proceso de aplicación de las políticas contables que afectan a los importes de activos y pasivos registrados y los activos y pasivos contingentes revelados a la fecha de la emisión de los presentes Estados Contables, como así también los ingresos y gastos registrados en el ejercicio. Los resultados reales pueden diferir de las estimaciones realizadas.

En este sentido, la información relativa a las áreas más significativas en las que la Dirección de la Sociedad ha realizado estimaciones de incertidumbre y juicios críticos en la aplicación de políticas contables y que tienen un mayor efecto sobre el importe reconocido en los Estados Contables son la previsión para deudores incobrables, obsolescencia, las amortizaciones y el cargo por impuesto a la renta, entre otras estimaciones.”

Según el decreto 103/991, todo cambio de políticas contables ocurrido durante el ejercicio de la entidad, debe ser revelado en notas.

3.8) Deterioro del valor de los activos tangibles e intangibles

Según lo establecido en la NIC 36 Deterioro del Valor de los Activos en su párrafo 126, la entidad revela para cada clase de activos, la siguiente información:

- a) el importe de las pérdidas por deterioro del valor reconocidas en el resultado del periodo, así como la partida o partidas del estado de resultados en las que tales pérdidas por deterioro del valor estén incluidas
- b) el importe de las reversiones de pérdidas por deterioro del valor reconocidas en el resultado del periodo, así como la partida o partidas del estado de resultados en que tales reversiones estén incluidas
- c) el importe de las pérdidas por deterioro del valor de activos revaluados reconocidas directamente en el patrimonio neto durante el periodo
- d) y el importe de las reversiones de pérdidas por deterioro del valor de activos revaluados reconocidas directamente en el patrimonio neto durante el periodo.

En caso de entidades que presenten información segmentada de acuerdo con la NIIF 8, Segmentos de operación se revela para cada uno de los segmentos principales, información detallada de las pérdidas por deterioro o las reversiones realizadas, según lo establecido por el párrafo 129 de la NIC 36.

Para cada pérdida o reversión de cuantía significativa, que se haya reconocido para un activo individual (incluyendo plusvalía), o para una UGE (unidad generadora de efectivo), se debe revelar las circunstancias que han llevado a esa pérdida o reversión y el importe de la misma. Para cada activo individual se revela su naturaleza, el segmento al cual pertenece si corresponde, el importe recuperable, los criterios utilizados para determinar el valor razonable o el valor

en uso. Si se trata de una UGE, también se incluye una descripción de la misma, el importe de la pérdida o reversión, y cambios en la composición de la UGE (activos que la forman) respecto al período inmediato anterior. Esto está establecido en el párrafo 130 de la NIC 36.

Para aquellos casos particulares en los cuales la entidad adquiriera una plusvalía en una combinación de negocios durante el período, se debe cumplir con las revelaciones establecidas en los párrafos 133, 134 y 135 de la misma norma.

Se presenta el siguiente ejemplo: “Los valores contables de los Activos de la Sociedad XX, son revisados a la fecha de cada estado contable para determinar si existe un indicativo de deterioro. De existir algún indicativo de deterioro, el monto recuperable del activo es estimado como el mayor del precio neto de venta o el valor de uso, reconociéndose una pérdida por deterioro en el Estado de Resultados cuando el valor contable de dicho activo o su unidad generadora de efectivo excede su monto recuperable, a menos que el activo se contabilice por su valor revaluado. Cualquier pérdida por deterioro de valor en los activos revaluados se trata como una disminución de la revaluación efectuada.

Las pérdidas por deterioro de valor reconocidas en períodos anteriores se analizan en cada fecha de cierre de ejercicio en busca de indicios de que la pérdida sea menor o haya desaparecido. Una pérdida por deterioro se revierte, si ha habido un cambio en las estimaciones empleadas para determinar el importe recuperable. Una pérdida por deterioro de valor se revierte sólo en la medida que el importe en libros del activo no exceda el importe en libros que habría resultado, neto de amortización, si no se hubiese reconocido ninguna pérdida por deterioro de valor”.

3.9) Saldos en Moneda Extranjera

En este apartado se expone el tratamiento aplicable a las transacciones en moneda extranjera.

Los activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera se han convertido a la moneda funcional aplicando el tipo de cambio vigente al cierre del período, mientras que los no monetarios se convierten aplicando al costo histórico en moneda extranjera, los tipos de cambio vigente en la fecha en la que tuvo lugar la transacción.

En la presentación del Estado de Origen y Aplicación de Fondos, los flujos procedentes de transacciones en moneda extranjera se convierten a la moneda funcional aplicando el tipo de cambio vigente en la fecha en la que éstos se produjeron.

Las diferencias que se ponen de manifiesto en la liquidación de las transacciones en moneda extranjera y en la conversión a la moneda funcional de activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera, se reconocen en resultados. Las pérdidas o ganancias por diferencias de cambio relacionadas con activos o pasivos financieros monetarios denominados en moneda extranjera, se reconocen igualmente en resultados”.

Como ejemplo es posible citar “Las transacciones en moneda extranjera se convierten a la moneda funcional mediante la aplicación de los tipos de cambio entre la moneda funcional y la moneda extranjera vigente en las fechas en las que se efectúan las transacciones.

3.10) Estado de Flujos de Efectivo

Según el Decreto 103/991 se debe revelar la definición de fondos adoptada para la preparación del Estado de Flujo de Efectivo.

De acuerdo a la NIC 7 Estados de Flujo de Efectivo, en cuanto a los flujos de efectivo se aplica el concepto Fondos igual Efectivo y Equivalentes, ya que la

definición de Capital de Trabajo no se admite actualmente. Asimismo, el párrafo 45 de la norma establece que las entidades revelarán los criterios adoptados, para determinar la composición de las partidas de efectivo y equivalentes al efectivo.

A continuación, el párrafo 48 establece que se debe revelar en las notas a los estados financieros, acompañado de un comentario por parte de la gerencia, cualquier importe significativo de sus saldos de efectivo y equivalentes al efectivo que no esté disponible para ser utilizado por ella misma o por el grupo al que pertenece.

“Para la preparación del estado del Estado de Flujo de Efectivo se definió fondos igual a efectivo y equivalentes de efectivo. Las inversiones temporarias con vencimiento menor a tres meses, se consideraron como equivalente de efectivo”, es un ejemplo de esta nota.

3.11) Inversiones Temporarias y a Largo Plazo

Se debe detallar los distintos tipos de inversión. Si se incluyen valores negociables se debe revelar el valor de mercado de los mismos, si éste difiere de la cifra registrada. En caso de que las Inversiones a Largo Plazo correspondan a empresas vinculadas o controladas, se debe indicar el grado de participación y el valor patrimonial proporcional cuando por su importancia así se requiera.

El Decreto 103/991 define a las inversiones a largo plazo como aquellas colocaciones cuyo plazo es mayor a 12 meses y son efectuadas con ánimo de obtener una renta u otro beneficio y que no forman parte de la estructura comercial, industrial o de servicios de la empresa. Se incluyen entre otros los valores públicos y privados y participaciones en otras empresas.

3.12) Impuesto a la Renta e Impuesto a la renta Diferido

De acuerdo a lo establecido por el párrafo 81 de la NIC 12 Impuesto a las Ganancias, se debe revelar por separado, la siguiente información:

- a) el importe total de los impuestos, corrientes o diferidos, relativos a partidas cargadas o acreditadas directamente a las cuentas del patrimonio neto en el periodo;
- b) [Eliminado];
- c) una explicación de la relación entre el gasto (ingreso) por el impuesto y la ganancia contable, en una de las siguientes formas, o en ambas a la vez: una conciliación numérica entre el gasto (ingreso) por el impuesto y el resultado de multiplicar la ganancia contable por la tasa o tasas impositivas aplicables, especificando también la manera de computar las tasas aplicables utilizadas, o bien una conciliación numérica entre la tasa media efectiva y la tasa impositiva aplicable, especificando también la manera de computar la tasa aplicable utilizada;
- d) una explicación de los cambios habidos en la tasa o tasas impositivas aplicables, en comparación con las del periodo anterior;
- e) la cuantía y fecha de validez, si la tuvieran, de cualesquiera diferencias temporarias deducibles, pérdidas o créditos fiscales para los cuales no se hayan reconocido activos por impuestos diferidos en el balance;
- f) la cantidad total de diferencias temporarias relacionadas con inversiones en subsidiarias, sucursales y asociadas, o con participaciones en negocios conjuntos, para los cuales no se han reconocido en el balance pasivos por impuestos diferidos (véase el párrafo 39);
- g) con respecto a cada tipo de diferencia temporaria, y con respecto a cada tipo de pérdidas o créditos fiscales no utilizados: el importe de los activos y pasivos por impuestos diferidos reconocidos en el balance, para cada uno de los periodos sobre los que se informa; el importe de los gastos o

ingresos por impuestos diferidos reconocidos en el estado de resultados, si éste no resulta evidente de los cambios reconocidos en el balance;

- h) con respecto a las operaciones interrumpidas, el gasto por impuestos relativo a: la pérdida o la ganancia derivada de la discontinuación; y la pérdida o la ganancia por las actividades ordinarias, que la operación interrumpida ha proporcionado en el periodo, junto con los correspondientes importes para cada uno de los periodos sobre los que se informa; y el importe de las consecuencias que, en el impuesto a las ganancias tengan los dividendos que hayan sido propuestos o declarados a los accionistas de la entidad, antes de que los estados financieros hayan sido autorizados para su emisión, pero no hayan sido reconocidos como pasivos dentro de los estados financieros.

El artículo siguiente, determina que la entidad debe revelar el importe del activo por impuestos diferidos así como la naturaleza de la evidencia que apoya su reconocimiento cuando:

- a) la realización del activo por impuestos diferidos dependa de ganancias futuras por encima de las ganancias surgidas de la reversión de las diferencias temporarias imponibles actuales; y
- b) la entidad haya experimentado una pérdida, ya sea en el presente periodo o en el precedente, en el país con el que se relaciona el activo por impuestos diferidos.

Respecto a los activos y pasivos contingentes, el párrafo 88 obliga a la entidad a revelar información acerca de los mismos (relacionados con los impuestos), de acuerdo con la NIC 37 Provisiones, Activos Contingentes y Pasivos Contingentes. Pueden aparecer activos contingentes y pasivos contingentes, por ejemplo, derivados de litigios sin resolver con la administración fiscal. De igual forma, en el caso de que se hayan aprobado o anunciado leyes fiscales, o simplemente cambios en las tasas impositivas, tras la fecha de balance, la entidad debe revelar

información acerca de cualquier efecto significativo que tales cambios vayan a suponer sobre sus activos y pasivos por impuestos, ya sean de tipo corriente o diferidos (véase la NIC 10 Hechos Ocurridos Después de la Fecha de balance).

Presentamos el siguiente ejemplo: “Para la contabilización del impuesto a la renta la Sociedad utiliza el criterio contable de reconocer el pasivo real por el impuesto generado en el ejercicio.

Asimismo, la Sociedad determina el impuesto a la renta por el método del impuesto diferido, el cual consiste en el reconocimiento (como crédito o deuda) del efecto impositivo de las diferencias temporarias entre la valuación contable y la fiscal de los activos y pasivos, determinado a la tasa vigente del 25%, y su posterior imputación a los resultados de los ejercicios en los cuales se produce la reversión de las mismas.

Cuando existen quebrantos impositivos acumulados susceptibles de disminuir rentas impositivas futuras, o el impuesto diferido resultante de las diferencias temporarias sea un activo, se reconocen contablemente dichos créditos, en la medida en que la Dirección y Gerencia de la Sociedad estimen que su aprovechamiento sea probable.

El impuesto diferido al 31 de diciembre de 20XX y 20XX-1 arrojó un activo por \$ 100 y \$ 200”

El siguiente ejemplo muestra un cuadro con el detalle de las partidas incluidas en el activo por el impuesto diferido comparado con el ejercicio anterior.

	31/12/20XX	31/12/20XX-1
	\$	\$
Efecto fiscal de diferencias temporarias		
Imponibles y deducibles		
Activo Fijo
Previsiones varias
Previsión para incobrables
Otros
Total Activo/Pasivo fiscal por impuesto diferido	TOTAL	TOTAL

El siguiente cuadro refleja la evolución del activo/pasivo por el impuesto a la renta diferido y el cargo a resultados de cada año:

	31/12/20XX		31/12/20XX-1	
	Activo por impuesto diferido	Cargo a resultados ganancia (pérdida)	Activo por impuesto diferido	Cargo a resultados ganancia (pérdida)
	\$	\$	\$	\$
Activo/pasivo por impuesto diferido al inicio				
Ajuste de reexpresión				
Variación de las diferencias temporarias				
Activo/Pasivo por impuesto diferido al cierre

A continuación se realiza la conciliación entre el cargo a resultados registrado por el impuesto a la renta y el resultante de aplicar la tasa del 25% establecido por las normas fiscales vigentes al resultado contable del ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 20XX.

31 de diciembre de 20XX	
\$	
Ganancia antes del impuesto a la renta	...
Ajustes por concepto de:	
Ajuste fiscal por inflación	...
Amortizaciones	...
Otros ajustes	...
Sub total	Sub total
TASA	25%
Impuesto a la renta	...
Cargo a resultados por impuesto a la renta	...
Tasa efectivo	... %

3.13) Instrumentos Financieros

La NIC 32 Instrumentos Financieros: Presentación contiene las revelaciones que debe realizar la empresa en cuanto a sus Instrumentos Financieros.

El propósito de la información a revelar exigida por esta Norma, es suministrar los datos que puedan mejorar la comprensión del significado de los instrumentos financieros (ya se encuentren dentro o fuera del balance) en la posición financiera de la empresa, en su desempeño y en sus flujos de efectivo, ayudando a evaluar los importes, fechas de aparición y certidumbre de los flujos de efectivo futuros asociados con tales instrumentos.

Además de suministrar información acerca de las operaciones y saldos de cada instrumento financiero en particular, se aconseja a las empresas que suministren también una descripción de la amplitud con que se utilizan los instrumentos financieros, los riesgos asociados a ellos y los propósitos para los que se tienen en la empresa. La discusión de las políticas de gestión para controlar los riesgos asociados a los instrumentos financieros, cubriendo extremos tales como la política de cobertura de la exposición al riesgo, la ausencia de concentraciones de riesgo indebidas o la exigencia de garantías para mitigar los riesgos de crédito, proporciona una valiosa perspectiva adicional que es independiente de los instrumentos específicos vigentes en un momento en particular. Algunas empresas facilitan esta información en forma de un conjunto de comentarios que acompañan a los estados financieros, pero no como parte de los propios estados financieros. Esto se encuentra plasmado en el párrafo 42 de la norma en cuestión.

En párrafos siguientes de la norma se analizan las revelaciones relacionadas a los riesgos asociados a estos instrumentos financieros, como ser riesgo de tasa de cambio o riesgo de tasa de interés. Estos son analizados en notas posteriores del presente trabajo.

Un ejemplo de lo expuesto en el párrafo 42 de la norma es: “Los principales instrumentos financieros de la Sociedad Ejemplo S.A. están compuestos por depósitos en cuentas corrientes bancarias, inversiones, créditos y deudas. El principal propósito de mantener los activos más líquidos es el de proporcionar disponibilidades financieras a la empresa para hacer frente a sus necesidades operativas. La Sociedad no ha contratado instrumentos financieros derivados en los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 20XX y 20XX-1”.

3.14) Créditos por Ventas, otros créditos y previsión para deudores incobrables

Se debe explicitar cuál es el criterio de presentación utilizado para los créditos por ventas y otros créditos. Se debe indicar también el criterio utilizado al momento

de constituir la previsión para deudores incobrables. En notas siguientes se detalla la información a revelar respecto a las provisiones.

3.15) Bienes de Cambio

Los bienes de cambio se valúan, siguiendo los lineamientos de la NIC 2 Inventarios, al costo unitario menor resultante de comparar su costo de adquisición y su valor neto de realización.

En este apartado se indica además el ordenamiento de las salidas de los bienes de cambio (FIFO, Costo Promedio Ponderado, Identificación Específica, Costo Estándar, Método del Minorista)

Es así que la NIC 2 Inventarios exige en su párrafo 36 la revelación de la siguiente información:

- a) las políticas contables adoptadas para la medición de los inventarios, incluyendo la fórmula de medición de los costos que se haya utilizado;
- b) el importe total en libros de los inventarios, y los importes parciales según la clasificación que resulte apropiada para la entidad;
- c) el importe en libros de los inventarios que se llevan al valor razonable menos los costos de venta;
- d) el importe de los inventarios reconocido como gasto durante el periodo;
- e) el importe de las rebajas de valor de los inventarios que se ha reconocido como gasto en el periodo, de acuerdo con el párrafo 34;
- f) el importe de las reversiones en las rebajas de valor anteriores, que se ha reconocido como una reducción en la cuantía del gasto por inventarios en el periodo, de acuerdo con el párrafo 34;
- g) las circunstancias o eventos que hayan producido la reversión de las rebajas de valor, de acuerdo con el referido párrafo 34; y

- h) el importe en libros de los inventarios pignorados en garantía del cumplimiento de deudas.

Se debe verificar para todos los inventarios, que el costo de los mismos no exceda su valor neto de realización (VNR). En caso de comprobarse un costo superior al VNR, la empresa debe reconocer una pérdida por desvalorización, obsolescencia o deterioro.

Ejemplo: “Los bienes de cambio están presentados al menor entre el costo y el valor neto de realización. El valor neto de realización es el valor de venta estimado en el curso normal de los negocios, menos los costos estimados de terminación y gastos de venta estimados”.

3.16) Bienes de Uso e Intangibles

Se debe indicar el criterio de valuación adoptado tomando como referencia a la normativa contable vigente: costo de adquisición o valor de mercado, el menor de los dos.

En esta sección la entidad explica cómo amortiza los elementos de propiedades, planta y equipo. La base depreciable o amortizable de cualquier bien de uso, debe ser distribuida de forma sistemática, sobre los años que componen su vida útil. El método de depreciación usado debe reflejar el patrón de consumo por parte de la empresa, de los beneficios económicos que el activo incorpora. El cargo por amortización de cada período debe ser reconocido como un gasto, a menos que dicho valor se incluya como componente del importe en libros de otro activo.

Es así que el párrafo 73 de la norma establece que: en los estados financieros se revela, con respecto a cada una de las clases de propiedades, planta y equipo, la siguiente información:

- a) las bases de medición utilizadas para determinar el importe en libros bruto;
- b) los métodos de depreciación utilizados;
- c) las vidas útiles o los porcentajes de depreciación utilizados;
- d) el importe en libros bruto y la depreciación acumulada (junto con el importe acumulado de las pérdidas por deterioro del valor), tanto al inicio como al final de cada periodo; y
- e) la conciliación entre los valores en libros al principio y al final del periodo, mostrando: inversiones realizadas, activos para la venta, adquisiciones realizadas mediante combinación de negocios, incrementos o disminuciones resultantes de revaluaciones, pérdidas por deterioro y reversiones de las mismas, la depreciación, diferencias surgidas por la conversión de los estados financieros desde la moneda funcional a una moneda de presentación diferente, otros movimientos.

También se debe revelar según el párrafo siguiente:

- a) la existencia y los importes correspondientes a las restricciones de titularidad, así como las propiedades, planta y equipo que están afectos como garantía al cumplimiento de obligaciones;
- b) el importe de los desembolsos reconocidos en el importe en libros, en los casos de elementos de propiedades, planta y equipo en curso de construcción;
- c) el importe de los compromisos de adquisición de propiedades, planta y equipo; y
- d) si no se ha revelado de forma separada en la cuenta de resultados, el importe de las compensaciones de terceros que se incluyen en el resultado del periodo por elementos de propiedades, planta y equipo cuyo valor se hubiera deteriorado, se hubieran perdido o se hubieran retirado.

En cuanto a los bienes de uso que se encuentren registrados por su valor revaluado, se debe revelar según el párrafo 77 la siguiente información:

- a) la fecha efectiva de la revaluación;
- b) si se han utilizado los servicios de un tasador independiente;
- c) los métodos y las hipótesis significativas aplicadas en la estimación del valor razonable de los elementos;
- d) en qué medida el valor razonable de los elementos de propiedades, planta y equipo fue determinado directamente por referencia a los precios observables en un mercado activo o a recientes transacciones de mercado entre sujetos debidamente informados en condiciones de independencia, o fue estimado utilizando otras técnicas de medición;
- e) para cada clase de propiedades, planta y equipo que se haya revaluado, el importe en libros al que se habría reconocido si se hubieran contabilizado según el modelo del costo; y
- f) el superávit de revaluación, indicando los movimientos del periodo, así como cualquier restricción sobre la distribución de su saldo a los accionistas.

Por último, el párrafo 78 confirma lo revelado en la NIC 36 Deterioro del valor de los activos, ya que establece que la entidad debe revelar información sobre las partidas de propiedades, planta y equipo que hayan sufrido pérdidas por deterioro del valor, además de la información requerida en los puntos (iv) a (vi) del apartado (e) del párrafo 73.

Se presenta el siguiente ejemplo: “Valuación: Los bienes de uso están presentados a su costo menos la amortización acumulada, y las pérdidas por deterioro cuando corresponde, a excepción de los activos XX que fueron valuadas como se describen en el párrafo siguiente.

Los activos XX se presentan valuados a su valor de tasación al 30 de junio de 20XX en función del informe realizado por Sr. Tasador, tasador independiente, acerca de cuál sería su valor actual y vida útil remanente. Asimismo el inmueble se presenta valuado a su valor de tasación al 30 de junio de 20XX en función del informe realizado por el mismo tasador independiente, acerca de cuál es su valor actual y vida útil remanente. El incremento de los bienes de uso resultante a la

mencionada tasación tiene como contrapartida, en el ejercicio cerrado al 30 de junio de 20XX, un incremento de la cuenta “Ajustes al patrimonio” por US\$ 100.

Gastos posteriores: Los gastos posteriores incurridos para reemplazar un componente de un bien de uso son únicamente activados cuando éstos incrementan los beneficios futuros del mismo. El resto de los gastos son reconocidos en el Estado de Resultados como gastos en el momento en que se incurren.

Amortizaciones: Las amortizaciones son cargadas al Estado de Resultados utilizando porcentajes fijos sobre los valores antes referidos, calculados según la vida útil estimada para cada categoría. Los terrenos no son amortizados.

Las vidas útiles estimadas para cada categoría de los bienes de uso son las siguientes: Activos XX 10 años, Activos YY 50 años, etc.

La empresa revisa la vida útil y el método de amortización de los bienes de uso al cierre de cada ejercicio. Las modificaciones en los criterios inicialmente establecidos se reconocen como un cambio de estimación”.

3.17) Deudas Corto y Largo Plazo

Aquí se revelan los saldos con empresas vinculadas, controladas o controlantes. Es así que el párrafo 17 de la NIC 24 Información a revelar sobre partes relacionadas, establece: “cuando se hayan producido transacciones entre partes relacionadas, la entidad revela la naturaleza de la relación con cada parte implicada, así como la información sobre las transacciones y saldos pendientes, para la comprensión de los efectos potenciales que la relación tiene en los estados financieros. Estos requisitos informativos son adicionales a los contenidos en el párrafo 16, relativos a la revelación de las remuneraciones al personal clave de la gerencia. Como mínimo, tal información debe incluir:

- a) el importe de las transacciones;

- b) el importe de los saldos pendientes y: sus plazos y condiciones, incluyendo si están garantizados, así como la naturaleza de la contraprestación fijada para su liquidación; y detalles de cualquier garantía otorgada o recibida;
- c) correcciones valorativas por deudas de dudoso cobro relativas a importes incluidos en los saldos pendientes; y
- d) el gasto reconocido durante el periodo relativo a las deudas incobrables o de dudoso cobro de partes relacionadas.

Para las deudas a largo plazo, se revelan además los vencimientos y demás información que se estime pertinente.

Se exponen también las composiciones de las deudas con terceros, si su materialidad lo amerita. Respecto a las deudas con instituciones financieras, generalmente se presenta un cuadro discriminando deudas de largo y corto plazo, indicando la operativa a la que corresponde (préstamos a plazo fijo, préstamos amortizables, leasings, entre otros), las tasas de interés correspondientes a cada operativa y los intereses devengados por cada una de ellas.

El siguiente ejemplo expone el cuadro donde se resumen las deudas comerciales y financieras.

	Moneda de Origen	Equivalente en UY \$	
		31/12/20XX	31/12/20XX-1
Corto Plazo			
Proveedor 1 / Banco 1
Proveedor 2 / Banco 2
...			
Largo Plazo			
Proveedor 1 / Banco 1
Proveedor 2 / Banco 2
...			

3.18) Provisiones

Según el párrafo 116 de la NIC 1 la entidad revela en las notas información sobre los supuestos clave acerca del futuro, así como otros datos claves para la estimación de la incertidumbre en la fecha del balance, siempre que lleven asociado un riesgo significativo de suponer cambios materiales en el valor de los activos o pasivos dentro del año próximo. Respecto de tales activos y pasivos, las notas deben incluir detalles de su naturaleza y su importe en libros en la fecha del balance.

También el párrafo 14 de la NIC 37 Provisiones, Activos contingentes y Pasivos contingente indica que debe reconocerse una provisión cuando se den las siguientes situaciones:

- a) La entidad tiene una obligación presente como resultado de un suceso pasado.
- b) Es probable que la entidad tenga que desprenderse de recursos, que incorporen beneficios económicos para cancelar dicha obligación.
- c) Puede hacerse una estimación fiable del importe de dicha obligación.

El párrafo 84 de la misma norma, indica que la entidad debe revelar para cada tipo de provisión:

- a) el importe en libros al principio y al final del periodo;
- b) las dotaciones efectuadas en el periodo, incluyendo también los incrementos en las provisiones existentes;
- c) los importes utilizados (esto es, aplicados o cargados contra la provisión) en el transcurso del periodo;
- d) los importes no utilizados que han sido objeto de liquidación o reversión en el periodo; y

- e) el aumento, durante el periodo, en los saldos objeto de descuento, por causa de los intereses acumulados, así como el efecto que haya podido tener cualquier eventual cambio en la tasa de descuento.

En este caso no es preciso suministrar información comparativa.

En referencia al párrafo 85, éste indica que para cada tipo de provisión, se debe revelar también:

- a) una breve descripción de la naturaleza de la obligación contraída, así como el calendario esperado de las salidas de beneficios económicos, producidos por la misma;
- b) una indicación acerca de las incertidumbres relativas al importe o al calendario de las salidas de recursos que produce la provisión. En los casos en que sea necesario para suministrar la información adecuada, la entidad debe revelar la información correspondiente a las principales hipótesis realizadas sobre los sucesos futuros a los que se refiere el párrafo 48; y
- c) el importe de cualquier eventual reembolso, informando además de la cuantía de los activos que hayan sido reconocidos para recoger los eventuales reembolsos esperados.

Presentamos el siguiente ejemplo:

- a) Previsión para deudores incobrables:

El saldo del rubro Previsión para deudores incobrables que asciende a \$... (\$... al 31 de diciembre de 20XX), corresponde a provisiones constituidas con cargo a resultados, para reflejar el deterioro en el valor de las cuentas a cobrar.

La siguiente es la evolución de la provisión:

	Dic. 20XX	Dic. 20XX-1
Saldos al inicio		
Ajuste por conversión		
Constitución / (liberación) neta del ejercicio		
Utilización del ejercicio		
Saldos al cierre		

b) Provisión por desvalorización de bienes de cambio

El saldo del rubro Provisión por desvalorización de bienes de cambio que asciende a \$... (\$... al 31 de diciembre de 20XX), corresponde a provisiones constituidas con cargo a resultados, para reflejar el deterioro en el valor de los bienes de cambio.

La siguiente es la evolución de la provisión:

	Dic. 20XX	Dic. 20XX-1
Saldos al inicio		
Ajuste por conversión		
Constitución / (liberación) neta del ejercicio		
Utilización del ejercicio		
Saldos al cierre		

c) Provisión para litigios

El saldo del rubro Provisión para litigios que asciende a \$... (\$... al 31 de diciembre de 20XX), corresponde a provisiones constituidas con cargo a resultados, para hacer frente a las reclamaciones para las cuales la dirección y los asesores legales de la Sociedad consideran probable la ocurrencia de un fallo adverso.

En el caso de reclamaciones de las cuales no hay a la fecha sentencia judicial alguna, ni elementos suficientes para estimar su resolución, ni cuantía, no se ha constituido provisión.

La siguiente es la evolución de la provisión:

	Dic. 20XX	Dic. 20XX-1
Saldos al inicio		
Ajuste por conversión		
Constitución / (liberación) neta del ejercicio		
Utilización del ejercicio		
Saldos al cierre		

3.19) Permanencia de Criterios Contables

Aquí se manifiesta que los criterios aplicados en la valuación de activos y pasivos, así como también en la determinación del resultado del ejercicio, son similares a los utilizados en el ejercicio anterior.

Recordemos que los estados financieros deben ser comparables según lo establecido en el Marco Conceptual. Los usuarios deben ser capaces de comparar los estados financieros de una empresa a lo largo del tiempo, con el fin de identificar las tendencias de la situación financiera y del rendimiento. Por lo tanto, la valoración y presentación del efecto financiero de similares transacciones y otros sucesos, deben ser llevadas a cabo de una manera coherente por toda la empresa a través del tiempo y también de una manera coherente para diferentes empresas.

Por ejemplo: “los criterios utilizados en la valuación de activos y pasivos, así como la determinación del beneficio por el ejercicio finalizado al 31 de diciembre de 20XX, son similares a los utilizados para la confección del mismo al 31 de diciembre de 20XX-1”.

5.4 Nota 4 - Posición en Moneda Extranjera

Cuando corresponda por su importancia relativa, se debe indicar la posición de cada moneda extranjera y su equivalente en moneda nacional, detallando los rubros activos y pasivos que las componen, y una posición general de cambios consolidada que resuma todas las anteriores, de acuerdo a lo establecido por el decreto 103/91.

En la presente nota la empresa puede presentar por ejemplo, para el caso en que solamente se opera con dólares americanos y pesos uruguayos: “Los saldos en moneda extranjera son los siguientes:

	31/12/20XX		31/12/20XX-1	
	US\$	\$	US\$	\$
<u>ACTIVO</u>				
Activo corriente				
Disponibilidades
Inversiones temporarias
Créditos por ventas
...
Total activo corriente
Activo no corriente				
Inversiones a largo plazo
Créditos a largo plazo
...
Total activo
<u>PASIVO</u>				
Pasivo corriente				
Deudas comerciales
Deudas financieras
Deudas diversas
...
Total pasivo corriente
Pasivo no corriente				
Deudas comerciales
Deudas financieras
Deudas diversas
...
Total pasivo no corriente
Total pasivo
<u>POSICIÓN NETA ACTIVA/PASIVA</u>

Al 31 de diciembre de 20XX y 20XX-1 el tipo de cambio de un dólar estadounidense era de \$ 20,00 y 19,00 respectivamente. Las variaciones en el valor del tipo de cambio del dólar estadounidense medido en pesos uruguayos posteriores al 31 de diciembre de 20XX no han afectado significativamente el

patrimonio de la empresa ni el resultado de las operaciones por el ejercicio finalizado a esa fecha”.

5.5 Nota 5 - Referente al Estado de Situación

Según lo establecido en el párrafo 74 de la NIC 1 Presentación de Estados Financieros, “la entidad revelará, ya sea en el balance o en las notas, subclasificaciones más detalladas de las partidas que componen las rúbricas del balance, clasificadas de una forma apropiada a la actividad realizada por la entidad”.

5.1) Disponibilidades

Se realiza una apertura detallada del saldo de disponibilidades, indicando para cada uno de sus componentes, su descripción y saldo. En caso de corresponder, se presenta la información de modo comparativo con el ejercicio inmediato anterior.

Ejemplo:

Descripción	Saldo al 31.12.XX (expresado en \$)	Saldo al 31.12.XX-1 (expresado en \$)
Caja
Caja
Banco ABC cta. cte.
Banco ABC cta. cte.
Banco XYZ cta. cte.
Banco XYZ cta. cte.
Total

5.2) Inversiones Temporarias

En esta nota corresponde realizar un detalle de todas las inversiones temporarias, detallando su plazo, tasa de interés (si corresponde), valor de mercado (en caso de valores negociables).

También corresponde considerar el párrafo 8 de la NIIF 7 Instrumentos Financieros:

- a) Activos financieros a valor razonable con cambios en resultados, mostrando por separado los designados como tales en el momento de su reconocimiento inicial y los clasificados como mantenidos para negociación según la NIC 39,
- b) Inversiones mantenidas hasta el vencimiento,
- c) Préstamos y partidas por cobrar,
- d) Activos financieros disponibles para la venta,
- e) Otros correspondientes a rubros de pasivos.

Ejemplo:

Descripción	Moneda Origen	Plazo	Tasa de interés	Saldo al	Saldo al
				31.12.XX	31.12.XX-1
				(expresado en \$)	(expresado en \$)
Banco ABC P. Fijo	\$
Banco XYZ P. Fijo	US\$
Títulos corto plazo	\$
Total			

El siguiente es otro ejemplo válido: “Las inversiones temporarias son clasificadas como activos financieros disponibles para la venta y se reconocieron inicialmente a su costo y posteriormente se presentan a su valor razonable, reconociendo los cambios en el patrimonio.

El valor razonable es determinado a partir de las cotizaciones vigentes a la fecha de los Estados Contables. En caso de instrumentos para los cuales no existe una cotización fiable, se utilizan técnicas de estimación de dicho valor razonable basadas en el análisis de flujos de efectivo descontados, tomando en consideración las tasas de interés vigentes en el mercado para instrumentos similares.

Las inversiones financieras son reconocidas o dadas de baja por la empresa en la fecha en que ésta se compromete a comprar o vender las mismas”.

5.3) Créditos por venta

Se presenta un detalle de aquellas partidas que componen el saldo de créditos por ventas, y a su vez de acuerdo a lo establecido en la NIIF 7, se realiza un análisis de la antigüedad de dichos activos. Este análisis se considera también al momento de realizar la Previsión por Incobrabilidad correspondiente. A su vez se presenta una evolución del saldo de la Previsión para deudores incobrables.

Ejemplo:

Nombre	Fecha vencimiento	Días Vencido	Saldo al 31.12.XX (expresado en \$)	Saldo al 31.12.XX- 1 (expresado en \$)
Cliente A
Cliente B
Cliente C
Menos:				
Previsión Incobrables			(...)	(...)
Total		

Ejemplo evolución del saldo de Previsión para deudores incobrables:

	Saldo al 31.12.XX	Saldo al 31.12.XX-1
	(expresado en \$)	(expresado en \$)
Saldo al inicio
Constitución o Desafectación
Utilización en el ejercicio
Saldo al cierre

5.4) Otros créditos

Corresponde presentar, al igual que en el rubro anterior, una descripción de cada una de las partidas que conforman el saldo y su correspondiente comparación con el saldo del ejercicio anterior.

5.5) Bienes de cambio

En esta nota corresponde presentar un detalle de los componentes que integran el rubro y una comparación de saldos con el ejercicio anterior. También se presenta la evolución del saldo de previsión por obsolescencia.

Según el párrafo 75 literal (c) de la NIC 1 Presentación de Estados Financieros, los inventarios se subclasifican, de acuerdo con la NIC 2 Inventarios, en categorías tales como mercaderías, materias primas, materiales, productos en curso y productos terminados.

También, de acuerdo a lo establecido en el párrafo 36 de la NIC 2 Inventarios, en los estados financieros se revelan las políticas adoptadas en la medición de inventarios (incluyendo la fórmula de medición de costos utilizada), el importe en libros de inventarios llevados a valor razonables menos los costos de venta, el importe en libros de inventarios reconocidos como gastos en el ejercicio, el importe de las rebajas de valor, las circunstancias o eventos que produjeron dichas

rebajas y el importe en libros de los inventarios pignorados en garantía de cumplimiento de deudas.

Ejemplo:

	Saldo al 31.12.XX (expresado en \$)	Saldo al 31.12.XX-1 (expresado en \$)
Materia Prima A
Materia Prima B
Materiales
Productos en proceso
Productos terminados
Total

	Saldo al 31.12.XX (expresado en \$)	Saldo al 31.12.XX-1 (expresado en \$)
Saldo al inicio
Constitución o Desafectación
Utilización en el ejercicio
Saldo al cierre

5.6) Inversiones a Largo Plazo

Aquí corresponde presentar detalladamente las colocaciones cuyo plazo superan los 12 meses. Se debe considerar nuevamente el párrafo 8 de la NIIF 7 Instrumentos Financieros.

Ejemplo: “La sociedad XX mantiene depósitos a plazo fijo, que han sido clasificados como inversiones mantenidas hasta su vencimiento. Dichas inversiones se encuentran valuadas al costo amortizado utilizando el método de interés efectivo, menos cualquier pérdida por deterioro”

5.7) Deudas comerciales

En esta nota se presenta detalladamente la composición del rubro, clasificando las mismas en deudas de plaza, deudas del exterior y documentos a pagar, según la presentación establecida en el Decreto 103/991.

Ejemplo:

	Saldo al 31.12.XX (expresado en \$)	Saldo al 31.12.XX-1 (expresado en \$)
Proveedores Plaza
Proveedores del Exterior
Documentos a pagar
Total

5.8) Deudas Financieras

Se presenta un detalle de todas las partidas que componen el rubro, clasificando las mismas en préstamos bancarios, obligaciones, intereses a pagar e intereses a vencer.

Ejemplo:

	Saldo al 31.12.XX				Total
	Menor 1 año	1 a 3 años	3 a 5 años	Mayor 5 años	
Préstamos bancarios A
Préstamos bancarios B
Leasing Financiero A
Leasing Financiero B
Intereses a pagar
Intereses a vencer	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
Total

Saldo al 31.12.XX-1

	Menor 1 año	1 a 3 años	3 a 5 años	Mayor 5 años	Total
Préstamos bancarios A
Préstamos bancarios B
Leasing Financiero A
Leasing Financiero B
Intereses a pagar
Intereses a vencer	(...)	(...)	(...)	(...)	(...)
Total

El préstamo obtenido en la institución “A”, asciende a un total de US\$... pagaderos en 20 cuotas semestrales, iguales y consecutivas, habiendo vencido la primera el 31 de diciembre de 20YY, devengando intereses a una tasa efectiva del 10%, restando pagar al 31 de diciembre de 20XX un saldo de US\$

Para el caso de deudas financieras representadas en vales bancarios, se detalla el monto inicial o capital, su moneda de origen, la tasa, el vencimiento y su período de cancelaciones.

5.9) Deudas diversas

Según el Decreto 103/91 el capítulo Deudas diversas se compone por los siguientes conceptos, los que deben exponerse por separado: Cobros anticipados, dividendos a pagar, casa matriz, empresas controlantes, controladas o vinculadas, sueldos y jornales, acreedores por carga sociales, acreedores fiscales, sueldos acreedores cuentas directores y otras deudas.

Ejemplo:

Los gastos del personal incurridos por la empresa son los siguientes:

	Saldo al 31.12.XX	Saldo al 31.12.XX-1
	(expresado en \$)	(expresado en \$)
Sueldos
Cargas Sociales
Otras remuneraciones
Otros beneficios
Indemnizaciones por egresos
Total

5.10) Saldos con partes relacionadas

Se presenta un detalle comparativo con el ejercicio anterior de los saldos que mantiene la sociedad con sus empresas vinculadas, así como también saldos con el personal clave y saldos con otras partes vinculadas. Se incluye también un detalle de las transacciones realizadas con las partes relacionadas.

Ejemplo:

Los saldos mantenidos con las partes vinculadas son los siguientes:

	Saldo al 31.12.XX	Saldo al 31.12.XX-1
	(expresado en \$)	(expresado en \$)
Soc. Relacionada A
Soc. Relacionada B
Accionistas
Otros
Total

El detalle de las transacciones ocurridas con las partes vinculadas es el siguiente:

	Saldo al 31.12.XX (expresado en \$)	Saldo al 31.12.XX-1 (expresado en \$)
Serv. Directorio
Alq. Pagos a Soc. Relacionada
Otros
Total

5.11) Patrimonio

Según establece la NIC 1 Presentación de Estados Financieros en su párrafo 75 literal (e) se debe desglosar el capital propio y las reservas, tales como capital aportado, primas de emisión y reservas.

En el párrafo siguiente estipula revelar ya sea en notas o en el propio balance lo siguiente:

- a) las clases de acciones,
- b) el número de acciones autorizadas para su emisión,
- c) el número de acciones emitidas, cobradas y por cobrar,
- d) el valor nominal de las acciones,
- e) una conciliación entre el número de acciones en circulación al principio y final del periodo,
- f) los derechos, privilegios y restricciones,
- g) las acciones en su poder o en poder de subsidiarias,
- h) acciones cuya emisión está reservada,
- i) Una descripción de la naturaleza y destino de las reservas.

A continuación, el párrafo 95 de la misma norma establece: "La entidad revelará, ya sea en el Estado de Resultados, en el estado de cambios en el patrimonio neto, o en las notas, el importe de los dividendos cuya distribución a los poseedores de

instrumentos financieros de participación en el patrimonio neto se haya acordado durante el periodo, así como el importe por acción correspondiente”.

Por último, el párrafo 97 también de la NIC 1 establece que se debe revelar:

- a) Los importes de las transacciones de accionistas, mostrando por separado las distribuciones acordadas por los mismos
- b) Resultados acumulados tanto a principio como a fecha de cierre, así como los movimientos durante el período
- c) Conciliación entre los importes en libros a principio y al final de período.

Ejemplo:

El capital de la Sociedad al 31/12/20XX y al 31/12/20XX-1 asciende a \$... representado en ... acciones al portador de \$1 cada una.

Durante el año 20XX y 20XX-1 el Directorio resuelve distribuir dividendos en forma anticipada por \$... y por \$... respectivamente.

Las reservas son creadas en concordancia con las disposiciones legales y de acuerdo con las respectivas decisiones tomadas en Asamblea de Accionistas.

5.6 Nota 6 - Referente al Estado de Resultados

Según establece el párrafo 86 de la NIC 1 Presentación de Estados Financieros: “Cuando las partidas de ingreso y gasto sean materiales o tengan importancia relativa, su naturaleza e importe se revelará por separado.”

Luego se establece en el párrafo siguiente: “Entre las circunstancias que darían lugar a revelaciones separadas de partidas de ingresos y gastos están las siguientes:

- a) la rebaja del valor de los inventarios hasta su valor neto realizable, o de los elementos de propiedades, planta y equipo hasta su importe recuperable, así como la reversión de tales rebajas;
- b) una reestructuración de las actividades de la entidad, así como la reversión de cualquier provisión dotada para hacer frente a los costos de la misma;
- c) enajenaciones o disposiciones por otras vías de partidas de propiedades, planta y equipo;
- d) enajenaciones o disposiciones por otras vías de inversiones;
- e) operaciones discontinuadas;
- f) cancelaciones de pagos por litigios; y
- g) otras reversiones de provisiones.

Adicionalmente, de acuerdo al párrafo 93 de la misma norma: “Las entidades que clasifiquen sus gastos por función revelarán información adicional sobre la naturaleza de tales gastos, que incluirá al menos el importe de los gastos por depreciación y amortización y el gasto por beneficios a los empleados”.

Por último, “La entidad revelará, ya sea en el estado de resultados, en el estado de cambios en el patrimonio neto, o en las notas, el importe de los dividendos cuya distribución a los poseedores de instrumentos financieros de participación en el patrimonio neto se haya acordado durante el periodo, así como el importe por acción correspondiente”, así lo establece el párrafo 95 de la misma norma.

Ejemplo:

Los gastos de administración y ventas responden al siguiente detalle:

	Saldo al 31.12.XX	Saldo al 31.12.XX-1
	(expresado en \$)	(expresado en \$)
Retribución al personal
Honorarios Profesionales
Otros gastos de personal
Depreciación Bs. Uso
Reparaciones
Luz, agua, teléfono
Vigilancia
Locomoción y fletes
Otros gastos
Total

La composición del capítulo “otros ingresos” es la siguiente:

	Saldo al 31.12.XX	Saldo al 31.12.XX-1
	(expresado en \$)	(expresado en \$)
Comisiones
Arrendamientos
Otros ingresos
Total

6.1) Certificaciones de calidad

Esta nota detalla los gastos incurridos en la adquisición de las distintas certificaciones de calidad existentes en el mercado, tal como fueron descriptas en el apartado 2.4 de este trabajo monográfico.

Ejemplo: “La sociedad XX con fecha 31/12/20XX adquiere la certificación de calidad ISO 9001 por un valor que asciende a US\$ 1.000, con el objetivo de brindar un servicio de calidad avalada por un organismo reconocido internacionalmente”.

5.7 Nota 7 – Referente al Estado de Origen y Aplicación de Fondos

Comenzando con el párrafo 21 de la NIC 7 Estados de Flujo de Efectivo: “La entidad debe informar por separado sobre las principales categorías de cobros y pagos brutos procedentes de actividades de inversión y financiación, excepto por lo que se refiere a los flujos de efectivo descritos en los párrafos 22 y 24, que pueden ser incluidos en términos netos”.

Luego encontramos el párrafo 48 que establece: “La entidad debe revelar en sus estados financieros, acompañado de un comentario por parte de la gerencia, cualquier importe significativo de sus saldos de efectivo y equivalentes al efectivo que no esté disponible para ser utilizado por ella misma o por el grupo al que pertenece”.

A su vez, el párrafo 50 de la misma norma recomienda: Puede ser relevante, para los usuarios, conocer determinadas informaciones adicionales, sobre la entidad, que les ayuden a comprender su posición financiera y liquidez. Por tanto, se aconseja a las entidades que publiquen junto con un comentario de la gerencia, informaciones tales como las siguientes:

- a) el importe de los préstamos no dispuestos, que pueden estar disponibles para actividades de operación o para el pago de operaciones de inversión o financiación, indicando las restricciones sobre el uso de tales medios financieros;
- b) el importe agregado de los flujos de efectivo, distinguiendo los de actividades de operación, de inversión y de financiación, relacionados con participaciones en negocios conjuntos que se integran en los estados financieros mediante consolidación proporcional;
- c) el importe acumulado de flujos de efectivo que representen incrementos en la capacidad de operación, separado de aquéllos otros que se requieran para mantener la capacidad de operación de la entidad; y

- d) el importe de los flujos de efectivo por actividades de operación, de inversión y de financiación, que procedan de cada uno de los segmentos de negocio y geográficos considerados para elaborar los estados financieros (véase la NIIF 8 Segmentos de Operación).

Según el párrafo 51 de la misma norma, “La información, por separado, de los flujos de efectivo que incrementan la capacidad operativa, distinguiéndolos de aquellos otros que sirven para mantenerla, es útil por permitir a los usuarios juzgar acerca de si la entidad está invirtiendo adecuadamente para mantener su capacidad operativa. Toda entidad que no esté invirtiendo adecuadamente en el mantenimiento de su capacidad operativa, puede estar perjudicando su rendimiento futuro a cambio de mejorar la liquidez presente y las distribuciones de ganancias a los propietarios”.

El párrafo siguiente establece: “La presentación de flujos de efectivo por segmentos, permitirá a los usuarios obtener una mejor comprensión de las relaciones entre los flujos de efectivo de la entidad en su conjunto y los de cada una de sus partes integrantes, así como de la variabilidad y disponibilidad de los flujos de los segmentos considerados”.

5.8 Nota 8 – Servicios o bienes por cuenta y orden de terceros

En esta nota, de acuerdo a lo establecido en el Decreto 103/991 se debe dar una explicación acerca de aquellos bienes de terceros que la empresa administra en forma de consignación, custodia, prenda y cualquier otro título que no implica transferencia de dominio.

Ese grupo de bienes ajenos, que está separado de aquellos que componen el activo de la empresa, pueden mostrarse también por medio de cuentas de orden, al pie del Estado de Situación Patrimonial.

Un ejemplo de lo que una entidad puede redactar en esta nota es: “De acuerdo con los contratos firmados con Empresa AA y Empresa BB, nuestra institución efectúa la cobranza de los gastos a los usuarios de los servicios por cuenta y orden de esas empresas. Al 31 de diciembre de 20XX y 20XX-1 existen en poder de nuestra empresa en concepto de cobranzas efectuadas por cuenta y orden de terceros \$1.000.000 y \$ 985.000, respectivamente.”.

5.9 Nota 9 – Litigios, compromisos y contingencias

Aquí se exponen los litigios, compromisos y contingencias que mantenga la empresa a fecha de balance, originados en el curso normal de sus operaciones.

También se puede agregar en esta nota una estimación del impacto que pueda llegar a tener los litigios en caso de tener un desenlace desfavorable, en la posición financiera y en el resultado de la empresa.

La NIC 37 Provisiones, Activos Contingentes y Pasivos Contingentes establece que para cada tipo de pasivo contingente a la fecha de balance la entidad debe dar una breve descripción de la naturaleza del mismo y, cuando fuese posible una estimación de sus efectos financieros, una indicación de las incertidumbres relacionadas con el importe o el calendario de las salidas de recursos correspondientes, y la posibilidad de obtener eventuales reembolsos.

Por su parte, la NIC 12 Impuesto a las ganancias, establece que la entidad debe revelar información acerca de sus activos y pasivos contingentes relacionados con los impuestos de acuerdo con la NIC 37. Pueden aparecer activos contingentes y pasivos contingentes, por ejemplo, derivados de litigios sin resolver con la administración fiscal.

Una empresa puede redactar esta nota de la siguiente manera: “Dentro del giro habitual del negocio, la empresa ha sido demandada en algunas acciones judiciales que, al cierre del ejercicio, estaban pendientes de definición.

La empresa constituyó al cierre del ejercicio 20XX una previsión para litigios por \$ 6.000.000, en base al juicio de sus asesores legales.

Las contingencias originadas en reclamos laborales corresponden a la solicitud que realizaron algunos funcionarios, reclamando ajustes en retribuciones percibidas por un total de \$ 5.000.000 más 5% por concepto de daños y perjuicios. El proceso se encuentra actualmente en fase de liquidación.

Respecto a contingencias originadas en reclamos comerciales, éstas corresponden a un reclamo presentado por nuestro ex asesor fiscal por \$ 250.000 y a un reclamo exhibido por la sociedad Demandante XX S.R.L. por \$ 500.000. A la fecha no es posible realizar una estimación del resultado del mismo.”

5.10 Nota 10 – Administración de riesgos financieros

Las actividades de la Sociedad están alcanzadas por los riesgos financieros inherentes a su actividad. Los riesgos financieros a los que se encuentra expuesta la sociedad son: riesgo de crédito, riesgo de liquidez y riesgo de mercado que incluye los riesgos de variaciones del tipo de cambio, de variaciones de precios y de cambios en la tasa de interés y deben ser detallados en notas a los Estados Contables.

La administración del riesgo es ejecutada por la Gerencia bajo políticas aprobadas por el Directorio. El Directorio es quien establece y supervisa las políticas de la sociedad con el objeto de identificar y analizar los riesgos a los que se enfrenta la misma, fijar límites y controles adecuados, y para monitorear la exposición a cada riesgo y el cumplimiento de los límites.

La norma contable en la que se ampara esta nota es la NIIF 7, que en su párrafo 33 establece que para cada tipo de riesgo que surja de los instrumentos financieros la entidad debe informar sobre:

- a) las exposiciones al riesgo y la forma en que éstas surgen;
- b) sus objetivos, políticas y procesos para la gestión del riesgo, así como los métodos utilizados para medirlo
- c) cualquier tipo de cambios ocurridos respecto a los dos puntos anteriores desde el período precedente.

El párrafo 34 de la NIIF determina que debe revelarse para cada tipo de riesgo datos cuantitativos resumidos acerca de su exposición al riesgo en la fecha de presentación.

A continuación se expone un ejemplo de lo que una entidad puede describir en esta nota: “Como resultado del curso normal de los negocios de la empresa surgen exposiciones a riesgos de descalce de moneda, riesgo de crédito, riesgo de liquidez y riesgo de mercado. El Directorio es responsable por establecer y supervisar la estructura de administración de riesgo de la empresa, así como también es responsable por el desarrollo y el monitoreo de la administración del riesgo de la empresa. Este informa regularmente a los Accionistas acerca de sus actividades.”

10.1) Riesgo de crédito

El riesgo de crédito es el riesgo de pérdida financiera que enfrenta la empresa si un cliente o contraparte en un instrumento financiero no cumple con sus obligaciones contractuales, y se origina principalmente en las cuentas por cobrar a clientes.

La exposición de la empresa al riesgo de crédito se ve afectada principalmente por las características individuales de cada cliente. Se puede minimizar el riesgo

diversificando los créditos que posee la empresa como también determinando políticas y procedimientos para la asignación y monitoreo de límites de crédito. La exposición máxima al riesgo de crédito por parte de la Sociedad está dada por el valor en libros de sus activos financieros, los que se detallan a continuación:

	31/12/20XX	31/12/20XX-1
Disponibilidades
Créditos por ventas
Otros créditos

A su vez, la empresa establece una previsión para deterioro de valor que representa su estimación de las pérdidas incurridas en relación con los deudores comerciales y otras cuentas a cobrar. Dicha previsión se determina en base de un análisis individual de sus deudores.

La antigüedad de las cuentas por cobrar al cierre de cada ejercicio y las correspondientes previsiones por incobrabilidad se resumen en el siguiente cuadro:

	<u>31/12/20XX</u>		<u>31/12/20XX-1</u>	
	Saldo	Previsión	Saldo	Previsión
Vigentes
Vencido hasta 30 días
Vencido de 31 a 90 días
Vencido de 91 a 180 días
Vencido de 181 a 365 días
Vencido mayor a 1 año

10.2) Riesgo de liquidez

El riesgo de liquidez es el riesgo de que la empresa no pueda cumplir con sus obligaciones financieras a medida que vencen. El enfoque de la empresa para

administrar la liquidez es asegurar, en la mayor medida posible, que siempre cuenta con la liquidez suficiente para cumplir con sus obligaciones cuando vencen, tanto en condiciones normales como de tensión, sin incurrir en pérdidas inaceptables o arriesgar la seguridad de la empresa.

Es una preocupación constante de la Dirección de la empresa y de los Accionistas, que arbitran las medidas que consideran adecuadas.

En el siguiente cuadro, se detallan los pasivos financieros según su plazo de vencimiento:

	20XX		20XX+1		20XX+2	20XX+3	20XX+4	TOTAL
	1er. SEM.	2do. SEM.	1er. SEM.	2do. SEM.	ANUAL	ANUAL	ANUAL	
Pasivo								
Deudas Comerciales								
Deudas Financieras								
Deudas Diversas								
Total

10.3) Riesgo de mercado

El riesgo de mercado es el riesgo de que los cambios en los precios de mercado, como ser en el tipo de cambio, tasas de interés y precios de mercado, afecten los ingresos de la empresa o el valor de los instrumentos financieros que mantiene. El objetivo de la administración del riesgo de mercado es administrar y controlar las exposiciones a este riesgo de parámetros razonables y al mismo tiempo optimizar la rentabilidad.

10.3.1) Riesgo de tipo de cambio

Encontramos su definición en la NIIF 7 Instrumentos Financieros: información a revelar. El riesgo de tasa de cambio surge de instrumentos financieros denominados en moneda extranjera, es decir, de una moneda diferente de la moneda funcional en que se miden. A los efectos de la NIIF, el riesgo de tasa de cambio no surge de instrumentos financieros que no son partidas monetarias ni de instrumentos financieros denominados en la moneda funcional.

Se debe dejar constancia del monitoreo que realiza la gerencia sobre este riesgo de forma de mantener la exposición al mismo en niveles aceptables.

Se incluye en esta nota, un cuadro de posición en moneda diferente a la moneda funcional de la empresa. El cuadro debe tener una columna para cada moneda extranjera (moneda diferente a la moneda funcional), exponiéndose los saldos en la correspondiente moneda de origen y una columna de total equivalente en la moneda funcional. Se debe presentar comparativo con el ejercicio anterior.

	20XX		20XX-1		
	Moneda	Monto arbitrado	Monto en U\$S	Monto arbitrado	Monto en
		en UY\$		en UY\$	U\$S
ACTIVO					
Activo corriente					
Disponibilidades	US\$				
Créditos por ventas	US\$				
Otros créditos	US\$				
Total Activo corriente	
Activo no corriente					
Otros créditos	US\$				
Total Activo no corriente	
TOTAL DE ACTIVO	
PASIVO					
Pasivo corriente					
Deudas comerciales	US\$				
Deudas comerciales	US\$				
Deudas comerciales	US\$				
Deudas financieras	US\$				
Deudas diversas	US\$				
Total Pasivo corriente	
TOTAL DE PASIVO	
POSICIÓN NETA ACTIVA	

10.3.2) Riesgo de tasa de interés

El riesgo de tasa de interés se encuentra definido en la NIIF 7 Instrumentos Financieros: Información a revelar, siendo el riesgo originado por los activos y pasivos financieros, asociado a las tasas de interés pactadas. Se debe dejar constancia que este riesgo es monitoreado por la Dirección de la Sociedad de modo de mantener la exposición al mismo en niveles aceptables.

Luego se presenta un cuadro con aquellos activos y pasivos que devengan intereses, detallando las tasas de interés correspondientes y su fecha más temprana de modificación. A continuación se presenta un ejemplo del cuadro mencionado:

20XX	Tasa - tipo de tasa	Menor a un año	Entre uno y tres años	Mayor a tres años	TOTAL
Inversiones temporarias	1% - efectiva				...
Otros créditos corrientes	2% - efectiva				...
Deudas financieras a corto plazo	16% - lineal				...
Deudas financieras a largo plazo	Libor + 3%				...
20XX-1	Tasa (tipo de tasa)	Menor a un año	Entre uno y tres años	Mayor a tres años	TOTAL
Inversiones temporarias	1% - efectiva				...
Otros créditos corrientes	2% - efectiva				...
Deudas financieras a corto plazo	16% - lineal				...
Deudas financieras a largo plazo	Libor + 3%				...
TOTAL

Corresponde presentar un análisis de sensibilidad que se presenta, por ejemplo, del siguiente modo:

Si al 31 de diciembre de 20XX las tasas de interés sobre deudas financieras se hubieran incrementado un 10% permaneciendo estables las demás variables, la

utilidad antes de impuestos hubiera disminuido en \$ AAA (\$ BBB al 31 de diciembre de 20XX-1) debido al mayor cargo por intereses sobre deudas financieras a tasa variable.

Si dicho análisis de sensibilidad no corresponde, se presenta la siguiente afirmación: dado el monto reducido de los pasivos bancarios que posee la entidad, el análisis de sensibilidad de la tasa de interés no arroja una variación significativa en el resultado del ejercicio ni el patrimonio neto al 31 de diciembre de 20XX y 20XX-1.

Si la sociedad no presenta riesgo de tasa de interés, es posible revelar esta situación del siguiente modo: al 31 de diciembre de 20XX y 20XX-1, la Sociedad no mantiene activos financieros relevantes, ni pasivos financieros que devenguen intereses por lo que la exposición al riesgo de tasa de interés resulta acotada.

10.3.3) Riesgo de precio de mercado

Corresponde manifestar si los ingresos de la sociedad, que corresponden a la venta de bienes o prestación de servicios, cubren adecuadamente los costos incurridos para la venta de bienes o prestación de servicios.

Es importante considerar el riesgo derivado de la variación de precios de los mercados internacionales en lo que coticen precios de los productos elaborados o vendidos, o de las materias primas relevantes, de acuerdo a lo establecido por la NIIF 7.

5.11 Nota 11 – Segmentos de Operaciones

La NIIF 8 Segmentos de Operación, establece que la entidad revela información que permite que los usuarios de sus estados financieros evalúen la naturaleza y los efectos financieros de las actividades del negocio que desarrolla y los entornos

económicos en los que opera. La empresa debe indicar en el marco de esta norma, información sobre el resultado de los segmentos que se presentan, incluyendo los ingresos de las actividades ordinarias y los gastos específicos incluidos en dicho resultado, los activos de los segmentos, los pasivos de ellos y la base de medición.

Analizando la NIIF 8, Segmentos de Operación, en su párrafo número 2, 3 y 4 encontramos los casos aplicables a esta norma:

- a) los estados financieros separados o individuales de una entidad cuyos instrumentos de deuda o de patrimonio neto se negocien en un mercado público o que registre, o esté en proceso de registrar, sus estados financieros en una comisión de valores u otra organización reguladora, con el fin de emitir algún tipo de instrumento en un mercado público; y
- b) los estados financieros consolidados de un grupo con una entidad controladora cuyos instrumentos de deuda o de patrimonio neto se negocien en un mercado, o que registre, o esté en proceso de registrar, los estados financieros consolidados en una comisión de valores u otra organización reguladora, con el fin de emitir algún tipo de instrumento en un mercado público.
- c) Cuando una entidad que no esté obligada a aplicar esta NIIF opte por revelar información sobre segmentos que no cumpla con ella, no describirá esa información como información por segmentos.
- d) Si un informe financiero de una entidad controladora alcanzada por esta NIIF incluyese tanto sus estados financieros consolidados como sus estados financieros separados, sólo se requerirá información por segmentos en los estados financieros consolidados

A continuación, el párrafo 5 describe los segmentos de operación como: Un segmento de operación es un componente de una entidad:

- a) Que desarrolla actividades de negocios de las que puede obtener ingresos e incurrir en gastos (incluidos los ingresos y los gastos por transacciones con otros componentes de la misma entidad).
- b) Cuyos resultados de operación son revisados de forma regular por la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación de la entidad, para decidir sobre los recursos que deben asignarse al segmento y evaluar su rendimiento y
- c) En relación con el cual se dispone de información financiera diferenciada.

A su vez, un segmento de operación podrá comprender actividades de negocio de las que aún no se obtengan ingresos.

El párrafo 11 establece: “Una entidad revelará por separado información sobre cada uno de los segmentos de operación que:

- a) se haya identificado de conformidad con los párrafos 5 a 10 o resulte de la agregación de dos o más de esos segmentos de acuerdo con lo señalado en el párrafo 12, y
- b) exceda de los umbrales cuantitativos fijados en el párrafo 13.

Los párrafos 14 a 19 especifican otras situaciones en las que se revelará información separada sobre un segmento de operación.”

El párrafo siguiente, establece que con frecuencia, los segmentos de operación con características económicas similares muestran un rendimiento financiero a largo plazo que es similar. Pueden entonces, agregarse dos o más segmentos de operación en uno sólo cuando la agregación resulte coherente con el principio básico de esta NIIF y los segmentos tengan características económicas parecidas y

sean similares en cada uno de los siguientes aspectos: la naturaleza de los productos y servicios o de los procesos de producción, el tipo de clientes, los métodos usados para distribuir sus productos o prestar los servicios; y si fuera aplicable, la naturaleza del marco normativo.

Respecto a los umbrales cuantitativos mencionados en el párrafo 11, corresponde analizar el párrafo 13, que distingue los distingue y clasifica del siguiente modo:

- (a) Los ingresos de las actividades ordinarias informados, incluyendo tanto las ventas a clientes externos como las ventas o transferencias inter-segmentos, son iguales o superiores al 10 por ciento de los ingresos de las actividades ordinarias combinados, internos y externos, de todos los segmentos de operación.
- (b) El importe absoluto de sus resultados informados es, en términos absolutos, igual o superior al 10 por ciento del importe que sea mayor entre la ganancia combinada informada por todos los segmentos de operación que no hayan presentado pérdidas y la pérdida combinada informada por todos los segmentos de operación que hayan presentado pérdidas.
- (c) Sus activos son iguales o superiores al 10 por ciento de los activos combinados de todos los segmentos de operación.

Para aquellos segmentos que no alcancen los umbrales cuantitativos, la entidad podrá combinar los mismos entre sí, para formar un segmento sobre el que deba informarse, sólo si dichos segmentos tienen características económicas similares y compartan la mayoría de los criterios mencionados en el párrafo 12.

Para estos segmentos definidos, la entidad deberá informar según lo establecido en los párrafos 21 y 22; el resultado de cada segmento y los factores que han servido para identificar los segmentos seleccionados. Además se debe detallar los

tipos de productos y servicios que proporcionan los ingresos de las actividades ordinarias de cada segmento identificado.

Se debe informar también, según el párrafo 23, los ingresos de las actividades ordinarias procedentes de clientes externos, ingresos por intereses, gastos por intereses, depreciación y amortización incurrida, todo tipo de partida significativa de acuerdo a lo establecido en la NIC 1, la participación de la entidad en el resultado de asociadas y de negocios conjuntos contabilizados de acuerdo al método de la participación, gastos por el impuesto a las ganancias y otras pérdidas significativas no monetarias.

Por último, para cada segmento se debe informar el total de los activos, el total de los pasivos y el total de los importes de cualquier otra partida significativa.

La empresa debe revelar a su vez una medida del resultado y del total de activos y pasivos de cada segmento sobre el que deba informar.

Un ejemplo de esta nota es: “Los activos, pasivos y resultados de los segmentos incluyen los saldos y transacciones directamente atribuibles a éstos, así como aquellos que pueden ser distribuidos sobre una base razonable. Los saldos y transacciones no distribuidos comprenden principalmente los activos distintos a los activos fijos (de los cuales sí se dispone de información financiera diferenciada), todos los pasivos y los resultados asociados, que no pueden ser directamente atribuibles a los segmentos.

1) Producción 2) Empaquetado 3) Distribución TOTAL

Ingresos				...
Costos de Ventas				...
Gastos ventas				...
Resultados financieros				...
Otros gastos				...
Impuesto a la renta				...
Total de Activo
Total de Pasivo

5.12 Nota 12 – Hechos posteriores

De acuerdo a la NIC 10 Hechos Ocurridos Después de la fecha de Balance y al apartado Hechos Posteriores del Decreto 103/991, deben indicarse todos aquellos hechos ocurridos entre la fecha de los Estados Contables y la de su emisión, cuyo efecto aunque no se compute en el ejercicio cerrado, proporcione información al lector sobre alteraciones significativas a la estructura patrimonial y los resultados del nuevo período.

Asimismo la NIC 34 Información Financiera Intermedia, que trata sobre los Estados Contables a presentar en períodos intermedios (un período intermedio es todo período contable menor que un período anual completo) establece que la entidad debe revelar información acerca de sucesos o transacciones que resulten significativas para la comprensión del último período intermedio, como ser hechos posteriores al cierre del período intermedio que, siendo de carácter significativo, no hayan sido reflejados en los estados intermedios del período intermedio.

A continuación se brinda un ejemplo del contenido de esta nota: “No existen hechos ocurridos con posterioridad a la fecha de cierre del ejercicio 20XX que

tengan incidencia en el balance de referencia cuyo conocimiento y manifestación haya sido considerado oportuno revelar.”

6. Entrevistas

La metodología de estudio de este trabajo monográfico, en concordancia con lo mencionado en el apartado 1.3, incluye la realización de entrevistas a quienes han sido encargados de la confección de los Estados Contables y del gerenciamiento de los Supermercados.

Se sigue un criterio de selección cualitativo, optándose por los encargados del armado de Estados Contables de los Supermercados de mayor participación en el mercado local: Tienda Inglesa, Devoto y Disco.

En la entrevista se apunta a captar información acerca de las particularidades del giro Supermercados desde la perspectiva de quienes los gestionan, haciendo hincapié en aquellos aspectos que por su impacto deberían ser expuestos en las Notas a los Estados Contables.

En la primera aproximación con los entrevistados se pregunta directamente y a grandes rasgos cuál es su óptica sobre las peculiaridades de las Notas a Estados Contables de Supermercados y si ellos encuentran una dificultad adicional al momento de confeccionar los Estados Contables del Supermercado.

Por su parte, el Cr. Martín López Badani de Tienda Inglesa (Henderson & Cía. S.A.) contesta que “el rubro supermercadista es complejo y esto se refleja en las notas...”. Luego hace referencia al arduo trabajo que implica el armado del informe de auditoría del grupo Tienda Inglesa, incluyendo tareas como combinar todas las empresas que lo componen con distintas fechas de cierre y consolidar a una misma fecha de cierre. “...es un proceso largo y engorroso”, agrega.

Refiriéndose a las Notas a los Estados Contables establece que “...son la vía utilizada para explicarle a accionistas, directores, terceros (bancos, DGI, COMAP, etc.) los números del balance, ya que es muy difícil entender rubros muy

agrupados con cifras extremadamente grandes.”. Respecto a las dificultades particulares del rubro el Cr. López declara como a algunas de ellas el gran tamaño del negocio y la numerosa cantidad de transacciones. También señala como dificultad el hecho de que “...el giro admite muchas operativas comerciales bien distintas que requieren afinar los controles y tareas administrativas para reflejarlas adecuadamente...”; por otro lado destaca la “...compleja operativa comercial con proveedores y movimiento de caja.”. López considera como temas clave del giro Supermercado a los deudores con tarjeta de crédito, los rubros bienes de cambio, activo fijo, pasivos comerciales y financieros, reconocimiento de ingresos, costeo, impuestos varios (Intendencia, DGI, BPS), retribuciones y publicidad.

Por otro lado el Sr. Héctor Correa de Supermercado Devoto contesta que no considera que las Notas a los Estados Contables de Supermercados tengan grandes particularidades, con excepción del rubro inventarios y las deudas asociadas al mismo. Define al rubro Supermercado como “...un negocio de compras al por mayor y de ventas individuales y masivas...”.

El Sr. Alejandro Abisab de Supermercado Disco considera que el cuerpo de Notas de un Supermercado no difiere del de otro rubro.

Seguidamente se procede a consultar a los entrevistados acerca de la utilización de normas particulares, además de las normas contables adecuadas, para la confección de los Estados Contables de Supermercados.

El Cr. Martín López Badani declara que para la confección de los Estados Contables de Tienda Inglesa ha tomado en cuenta la “...normativa de las Intendencias (habilitación de locales, bromatología), Bomberos, Policía, Salud Pública, Medio Ambiente, Aduana, etc. De hecho ahora estamos trabajando con DGI en la prueba piloto de factura electrónica.”

Por su parte Héctor Correa de Supermercado Devoto declara sólo implementar las Normas Internacionales de Contabilidad para la confección de los Estados Contables del Supermercado, y de igual modo Alejandro Abisab de Disco comenta que no se ponen en práctica otras normas específicas además de las Normas Contables Adecuadas.

Cuando se consulta a los entrevistados acerca de los rubros que implican mayor complejidad en un supermercado, la respuesta brindada por el Cr. Martín López Badani de Tienda Inglesa es que los rubros más complejos son: Deudas Comerciales, por la dificultad que implica su circularización y conciliación; Bienes de Cambio, destacando el proceso de valuación y el control de los mismos; y Bienes de Uso, haciendo hincapié en su valuación y tasación. Sostiene que el proceso de información no es un problema para Tienda Inglesa, pero se trabaja mucho en eso con gran ayuda de tecnologías y personal.

Héctor Correa responde que los rubros más complejos son “inventarios, activos fijos y proveedores... por ahí está la clave.”

Por otro lado, Alejandro Abisab de Disco señala que dentro de los aspectos más complejos del giro supermercados se encuentran: el manejo del disponible, el manejo de las cuentas a cobrar (tarjetas de crédito), el control de los bienes de cambio, el control de los bienes de uso y el manejo de las cuentas a pagar.

Los tres gerentes coincidieron en que uno de los rubros de mayor complejidad en el giro lo constituyen los proveedores. Indagando acerca de qué tan importante es la relación con ellos y si una buena relación puede considerarse factor clave del éxito, Martín López declara que el objetivo de Tienda Inglesa es crear relaciones de largo plazo con proveedores, en las que ganen ambas partes. “Somos el supermercado que paga en menor plazo en beneficio del proveedor, tenemos todas las transacciones del día anterior disponibles en la página web, y tenemos un sistema para realizar reclamos. Publicamos fechas de pago, y detalle de los

mismos. Los criterios de pago son transparentes, y en varios casos se está trabajando en la integración electrónica. Entendemos que este trato diferencial, es lo que el consumidor luego ve reflejado en la calidad de nuestros productos.”

De modo similar Héctor Correa opina que el vínculo con proveedores es básico y de primer orden, siendo esencial no sólo la buena negociación sino también el mantenimiento de un fluido relacionamiento. Agrega que no es estrictamente cierto que los Supermercados mantienen capital operativo negativo, dado que además del pasivo por las deudas comerciales se mantiene un importe significativo en activos: los bienes de cambio que se posee en stock y el efectivo que se mantiene en caja, ya que la mayoría de la venta es al contado.

Reafirmando las respuestas de sus colegas, Alejandro Abisab declara que la relación con los proveedores es una de las claves del negocio.

Profundizando en el relacionamiento con proveedores, se interroga respecto a las góndolas. Se entiende que los proveedores realizan acuerdos con los supermercados con el fin de obtener una mayor visibilidad de sus productos, a cambio de un precio ya sea en efectivo o en mercadería. Se consulta a los gerentes acerca de la certidumbre de esta información y acerca de la relevancia de estas negociaciones.

El Cr. Martín López Badani contesta afirmativamente acerca de la certidumbre de la información y agrega que estas negociaciones son relevantes. “El rubro “uso de góndolas, espacios y promociones” constituye el 1% de la facturación de Tienda Inglesa, que aunque parezca bajo es muy importante. A modo de ejemplo constituyen el 50% del gasto total de publicidad y promociones.

Adicionalmente se pregunta sobre situaciones especiales respecto a las heladeras que colocan algunos proveedores con su marca y diseño, se consulta a los gerentes si el supermercado recibe un beneficio a cambio de tal publicidad y de

publicidades en general que las marcas colocan en los supermercados, como ser grandes calcos en vidrios, puertas, etc.

En respuesta a ello, Martín López comenta que en Tienda Inglesa “todo lo relacionado a publicidad de proveedores se factura mes a mes. Van desde heladeras, promociones dentro del supermercado, en el "mailing", en la página web, pantallas del salón, cartelería, entre otros. Incluso hay participación de proveedores en campañas masivas, por ejemplo ahora estamos sorteando dos autos por día (70 en total) con participación de proveedores en el costo de los vehículos.”

Respecto a la operativa de consignación se procede a consultar a los gerentes acerca de la utilización de este sistema y de la frecuencia con que se utiliza. Se indaga también sobre lo que acontece cuando la mercadería es dañada o vencida. A ello el Cr. López contesta que en Tienda Inglesa “se trabaja puntualmente con alguna mercadería en consignación pero de forma excepcional. No es política de la empresa esta modalidad. La mercadería dañada y vencida se le devuelve al proveedor, salvo que sea por algún problema generado en la tienda, por ejemplo una rotura en el salón de venta. De cualquier manera, la empresa registra en balance una previsión por desvalorización de inventarios, que contempla obsolescencia, entre otros, y una reclasificación de inventarios a no corriente en función de la venta proyectada y el stock. “

Seguidamente se continúa la entrevista haciendo referencia a la aparición de las “Marcas Blancas” o marca propia del supermercado, se pide a los entrevistados expliquen cómo es el funcionamiento de esta modalidad. A ello el Cr. Martín López explica que la adopción de la marca Tienda Inglesa ha significado una mejora. “Consiste en acordar con proveedores con los que se tiene una relación comercial óptima, en utilizar la marca Tienda Inglesa en el "packing". Al proveedor le repercute en mejores ventas, ya que la marca Tienda Inglesa es reconocida por el cliente. A la Tienda le sirve ya que es una forma de negociación

de los márgenes, abastecimiento, y a nivel del cliente sirve para fijar aún más la marca propia.”

Una pregunta de la entrevista está dirigida a investigar acerca de la importancia y la operativa de fidelización de clientes, indagando sobre su tratamiento contable y su exposición en las notas.

Desde la perspectiva de Martín López, “desde el punto de vista comercial en Tienda Inglesa la fidelización de clientes es clave. Del punto de vista contable es un pasivo muy importante, que se reconoce cuando se genera, se valúan las unidades generadas al valor de costo promedio de canje para la empresa.”

Por otro lado Héctor Correa en representación de Supermercado Devoto comenta: “A esta altura nadie en el ramo deja de tener un programa de fidelización de clientes con premios y promociones. En definitiva, hay costos asociados al programa y mediante la asociación con el cliente se puede llegar a determinar realmente si es o no rentable, o forma parte simplemente del marketing. Con relación al abordaje contable de la IFRIC 13 en nuestra organización este punto está vinculado a la información con casa matriz, ya que a nivel local no figura contabilizado su impacto.

Alejandro Abisab comenta que los planes de fidelización de clientes en Disco son reconocidos contablemente siguiendo los lineamientos de la IFRIC 13.

En referencia a las promociones como por ejemplo entrega de autos cero kilómetro, se indaga a los gerentes acerca de su tratamiento contable y de cómo el mismo es reflejado en Notas.

Por su parte Martín López declara que las promociones son tratadas como un gasto de publicidad que se reconoce en resultados cuando los proveedores le facturan a Tienda Inglesa, lo que coincide con la tradición.

El gerente Héctor Correa declara que el dinero incurrido en promociones no es reflejado en Notas, explica que son acciones puntuales, fuertes o no, a las que no es necesario diferenciar ya que integran el total de acciones de Marketing del año.

Asimismo Alejandro Abisab de Disco, en coincidencia con sus colegas establece que las promociones son tratadas contablemente como un gasto del Estado de Resultados, que no es reflejado en las Notas.

En lo que concierne a tarjetas de crédito emitidas por bancos de plaza en acuerdo con supermercados, incluyendo la marca del mismo, se cuestiona a los gerentes acerca de si las mismas traen aparejado un beneficio económico o si simplemente constituyen una publicidad. También se les pregunta si estos acuerdos son expuestos en Notas.

El Cr. Martín López contesta que “existe un acuerdo comercial con las tarjetas Visa y MasterCard del Nuevo Banco Comercial. Mediante el Plan Club Card las tarjetas generan puntos dentro y fuera de la Tienda. Existen varios beneficios para el Banco y para la Tienda relacionados a este tema, que incluye campañas de promoción de artículos con descuentos, entre otros. “

Abordando el tema de Responsabilidad Social Empresarial y su impacto en las Notas a los Estados Contables, se procede a cuestionar acerca de la materialidad del gasto con este destino y si es expuesto en Notas explicativas. Respecto al Reporte de Sustentabilidad, se pregunta a los gerentes si conocen este nuevo Estado Contable y si lo elaboran.

A lo que el Cr. Martín López responde que en Tienda Inglesa se realizan donaciones por montos importantes a hospitales, Teletón, organizaciones sin fines de lucro, lucha contra el cáncer, planes de vivienda social, entre otros. Contablemente se registran cuando se generan. Dice conocer reportes como ser el balance social pero en la empresa no se realizan.

Héctor Correa dice desconocer el Reporte de Sustentabilidad. Respecto al gasto en Responsabilidad Social sostiene que al momento no se refleja en Notas, y lo enfatiza refiriéndose a ciertos gastos en Responsabilidad Social que son discrecionales del directorio y que pueden incluso no conocerse.

Finalmente, para culminar el encuentro con los gerentes, se les consulta acerca de sus consideraciones acerca de la operativa exitosa de un supermercado. Se les pregunta qué hace que la empresa se encuentre en una posición favorable en el mercado respecto a sus competidores y qué impacto tiene este hecho en las Notas a los Estados Contables.

A ello responde Martín López que son muchos los elementos que conforman un juicio de valor en el cliente para catalogarlo como exitoso. A su entender algunos factores son la máxima calidad en la mercadería, variedad, atención al cliente, personal motivado y que trabaje a conciencia, proveedores que están contentos de trabajar con Tienda Inglesa y se preocupan en mejorar, enfoque al cliente, limpieza, orden, higiene, entre otros.

Varios de estos factores pueden verse reflejados en el balance por el impacto del gasto en los resultados de la empresa, básicamente en el Estado de Resultados, no tanto así en Notas ya que los resultados no tienen la apertura que tienen Activos y Pasivos.

Por otro lado Héctor Correa opina que los determinantes de la operativa exitosa de un supermercado obedecen más a indicadores de gestión que a elementos que puedan exponerse en el balance, "... con excepción de acciones grandes como la fusión de alguna cadena menor, construcción y apertura de un nuevo, creo no se describen indicadores de este tipo. No opino con esto que eventualmente no fuera interesante exponerlos a nivel de memoria, visión y objetivos."

7. Modelo Específico de Notas a Estados Contables de Supermercados

El presente capítulo expone el modelo específico de Notas a los Estados Contables de Supermercados, detallando sus particularidades determinadas por las características de su operativa.

El negocio del Supermercado se caracteriza por grandes volúmenes de transacciones diarias, intensas negociaciones con sus proveedores, importante rotación de inventarios, una significativa inversión en activos fijos, una intensa búsqueda hacia la satisfacción del cliente, agresivas campañas publicitarias y de Responsabilidad Social y fuerte competitividad en el mercado.

Estas características son factores que contribuyen a la complejidad del rubro y que justifican la elaboración de un modelo de Notas específico para Supermercados, en el que se enfoca nuestro estudio.

En este modelo se describen sólo aquellas Notas específicas aplicables al rubro Supermercados, complementarias a las Notas las expuestas en el Modelo General, con el objetivo de elaborar una propuesta de Modelo Específico de Notas a los Estados Contables de Supermercados.

7.1 Determinación del beneficio

Las Notas a los Estados Contables de Supermercados comienzan, de acuerdo al Modelo General desarrollado en el capítulo anterior, con las Notas 1 y 2, Información básica sobre la empresa y Estados Contables, respectivamente.

Continuamos con la Nota 3, Principales políticas contables, donde encontramos el primer caso que presenta modificaciones respecto a lo establecido en el modelo general, la Nota 3.6 Determinación del beneficio que se sustituye por la que se expone a continuación.

En esta Nota se aplica lo definido en el modelo general respecto al reconocimiento de ingresos pautado por la NIC 18 Ingresos de Actividades Ordinarias, rige lo establecido por el Marco Conceptual respecto a la correlación de gastos con ingresos y respecto a la aplicación del criterio de lo devengado para gastos y resultados.

Sin embargo, hay una particularidad en la determinación del beneficio en el caso de los Supermercados que debe exponerse en este apartado y es lo referente a los planes de fidelización de clientes que se explica a continuación.

Planes de Fidelización de Clientes

Los supermercados en el esfuerzo por captar y retener a los clientes, han incurrido en el desarrollo de diversos programas de fidelización de clientes. Estos programas consisten en una estrategia de marketing cuyo objetivo es crear relaciones de largo plazo con los clientes, de manera de retenerlos y lograr su lealtad al supermercado, con la expectativa de que fluyan beneficios económicos futuros hacia el mismo.

De acuerdo al trabajo monográfico “IFRIC 13 Contabilización de Programas de Fidelización de Clientes” presentado en la Facultad de Ciencias Económicas y Administración⁴¹, existe una gran diversidad de programas, pero de todas formas es posible agruparlos en cuatro grupos:

- a) Premios que dan derecho al portador a bienes y servicios con descuento en el mismo supermercado.
- b) Premios que los portadores pueden usar en el supermercado dentro de la misma cadena, para bienes y servicios con descuento.

⁴¹SAPELLO, Martín; MILANO, María Noel, febrero 2009, IFRIC 13 Contabilización de Programas de Fidelización de Clientes, UDELAR

- c) Acuerdos más complejos, que incluyen créditos en premio que dan derecho al portador a bienes y servicios con descuento, proporcionados por otra entidad (por ejemplo las compras en un supermercado generan créditos para canjear en el cine, en una agencia de viajes, en un centro estético, entre otros)
- d) Acuerdos en los cuales organizaciones independientes ofrecen el servicio de canjear premios por una variedad de bienes y servicios.

Estos programas dan lugar a hechos que deben ser representados en los Estados Contables de los supermercados, de modo de reflejar razonablemente la realidad. Para ello éstos han adoptado diversos criterios de contabilización, lo que conspira contra uno de los principales objetivos de los Estados Contables como es la comparabilidad.

A los efectos de subsanar esta situación y de lograr una uniformidad de criterios, el Comité de Interpretaciones de Normas Internacionales de Información Financiera (IFRIC, por su sigla en inglés “International Financial Reporting Interpretations Committee”) ha intentado dar un único tratamiento contable a estas operaciones, emitiendo la IFRIC 13 “Programas de Fidelización de Clientes”.

Esta interpretación no es aún de aplicación obligatoria en nuestro país, dado que según el Decreto 266/07 una norma es de aplicación obligatoria si cumple con las tres siguientes condiciones: haya sido adoptada por el IASB de modo que esté vigente a la fecha de publicación del Decreto, se encuentre traducida al idioma español y esté publicada en la página web de la Auditoría Interna de la Nación. La IFRIC 13 aún no se encuentra presente en el cuerpo normativo publicado en el sitio web de la Auditoría Interna de la Nación, por lo que es de suponer que no existe todavía una traducción oficial al idioma español.

De acuerdo a lo conversado en las entrevistas con los encargados de la preparación de Estados Contables de los supermercados, los Programas de

Fidelización de Clientes son reflejados en los Estados Contables a través de dos tratamientos distintos, uno adoptado intuitivamente por los responsables de la confección del Balance y otro que sigue el criterio propuesto por la IFRIC 13.

A continuación se presentan los dos principales tratamientos contables:

1) Enfoque del Ingreso Diferido

Este tratamiento se basa en visualizar a los incentivos concedidos a través de los planes de fidelización como un componente separado dentro de cada transacción de venta. Esto se fundamenta en que desde la perspectiva del cliente, en el momento de la transacción no sólo se está comprando el producto o servicio principal, sino que también los beneficios que la empresa otorga mediante el programa de fidelización.

Por consiguiente, el pago efectuado al momento de la venta inicial se compone en parte por el importe del bien o servicio principal, y en parte por un pago parcial por bienes o servicios futuros que el cliente puede obtener a través del canje de los puntos obtenidos en la venta inicial. Es así que el vendedor no reconoce el importe total recibido por la venta como ingreso del período actual, sino que difiere el reconocimiento de una parte para el momento en el que el cliente cambia los puntos, o en caso de que ello no suceda, por el momento en que los puntos caduquen.

El monto de los ingresos diferidos se puede estimar empleando simplemente el valor justo de los créditos en premios o los valores justos relativos de los bienes y servicios vendidos, no con el costo que implica su canje para la empresa.

Corresponde destacar que aquellos costos incurridos por el vendedor para llevar a cabo el canje de puntos, se debe reconocer como un gasto del período en el cual el ingreso asociado es reconocido: el ejercicio económico en que tiene lugar el canje.

Algunos créditos en premio tienen una duración predeterminada, por lo que todo ingreso diferido que no haya sido reconocido a la fecha de vencimiento de los créditos debe reconocerse como ingreso del período. Por ende, en este caso no hay un costo de venta asociado al ingreso como consecuencia de que no se produjo el canje por parte del cliente.

Haciendo referencia al paralelismo existente entre este enfoque y la NIC 18 Ingresos de Actividades Ordinarias es de destacar que este tratamiento, con el objetivo de determinar el importe de los ingresos diferidos toma como referencia el valor justo, el que es definido en el párrafo 7 de la NIC 18 como: "...el importe por el cual puede ser intercambiado un activo o liquidado un pasivo, entre un comprador y un vendedor interesados y debidamente informados, en una transacción libre." Adicionalmente, en el párrafo 13 de la mencionada NIC se hace referencia a transacciones de múltiples componentes, lo que implica que ante la ocurrencia de una venta debe discriminarse entre el componente principal y el elemento relacionado con la prestación de un servicio asociado a la venta. Es posible reconocer a los incentivos propios de los planes de fidelización como un elemento separado e identificable dentro de la transacción de venta.

Corresponde entonces, reflejar el importe por ingresos diferidos provenientes de los planes de fidelización de clientes en el Estado de Situación Patrimonial, y los costos reconocidos por el canje de productos por ejemplo, en el Estado de Resultados.

2) Enfoque del Costo Incremental

Este enfoque, estudiado desde la óptica del vendedor consiste en asumir que en el futuro existe la posibilidad de incurrir en algún costo incremental para cumplir con la obligación del canje de puntos. De esta manera, el supermercado reconoce dichos costos como un gasto del período en el cual se efectúa la venta, siendo la contrapartida de la registración un pasivo asociado (provisión).

En este caso, el monto recibido por los bienes es reconocido en su totalidad como ingreso del período al momento de la venta. El monto de la provisión es la estimación de los costos incrementales de cumplir con las obligaciones derivadas del canje de los puntos.

Una vez más nos remitimos a la NIC 18, dado que si los créditos por incentivos a los clientes se tratan como un costo a incurrir luego de la entrega inicial, y no como un elemento separado dentro de la operación, se debe contabilizar la transacción en base al párrafo 19 de la mencionada norma, lo que implica reconocer como ingreso del período el total del importe de la venta, y constituir una provisión por el gasto a desembolsar en el momento del canje, cumpliendo con la correlación de ingreso y gasto.

Por consiguiente se refleja la provisión por el gasto a incurrir en el canje en el Estado de Situación Patrimonial, y la contrapartida (costo) en el Estado de Resultados.

La interpretación que da la IFRIC 13 acerca de los créditos provistos en los programas de fidelización de clientes, consiste en reconocerlos como un elemento separado en la transacción de venta; por consiguiente propone contabilizar dichos créditos bajo el enfoque del ingreso diferido.

Los argumentos brindados por dicha norma para la consideración de los créditos como un elemento separado son:

- a) tienen un precio identificable
- b) los premios otorgados pueden ser vendidos separadamente
- c) posteriormente a la venta inicial, pierden su vinculación con los bienes y servicios originales.

Desde la perspectiva de la IFRIC 13, el enfoque de los costos incrementales es de aplicación sólo en el caso en que el supermercado tenga que incurrir posteriormente en costos adicionales directamente relacionados con el bien o servicio ya entregado (por ejemplo una garantía).

Si bien esta interpretación fundamenta la elección del tratamiento contable del ingreso diferido, en el Uruguay es admisible que los supermercados también implementen el enfoque de los costos incrementales, dado que la IFRIC no es de aplicación obligatoria.

Convenios con instituciones financieras

Una práctica muy aplicada actualmente por los supermercados de nuestro país, es realizar convenios con bancos de plaza con el objetivo de captar más ventas, brindando más beneficios a sus clientes.

Las modalidades más usuales de estos convenios consisten en otorgar una tarjeta de crédito, que emite la institución financiera, en la que figuran el nombre del banco y el del Supermercado. El costo de la emisión de la tarjeta y los riesgos asociados a ésta son asumidos por la institución financiera.

Estas tarjetas brindan al cliente una serie de beneficios que son costeados en parte por el banco y en parte por el supermercado. Hay dos tipos de beneficios que proporcionan estas tarjetas de crédito: la primera clase de beneficios consiste en otorgar al cliente un descuento importante sobre una serie de productos de determinada marca que adquiera en el supermercado. El costo del descuento es asumido en mayor parte por el banco y en una parte menos importante, por el supermercado.

La segunda clase de beneficios está asociada a las tarjetas de puntos de los supermercados: el beneficio consiste en que el cliente puede generar puntos en

todos los comercios en los que use la tarjeta de crédito otorgada por el banco. Para solventar este costo, el banco le paga mensualmente al supermercado una estimación del valor de los puntos generados. Esta estimación está basada en el historial de compras y canjes. Una vez que el cliente acude al supermercado a canjear sus puntos, éste le hace entrega del premio elegido.

A continuación se presenta un ejemplo de Nota a exponer por un supermercado: “El Supermercado Leal S.A. reconoce los ingresos de su operativa principal basándose en lo establecido por la NIC 18 Ingresos de Actividades Ordinarias. Se aplica la correlación de gastos con ingresos determinada por el Marco Conceptual así como también el criterio de lo devengado al momento del reconocimiento de gastos y resultados.

Respecto al Programa de fidelización de clientes implementado, el supermercado ha puesto en práctica un sistema por el que se le otorga una tarjeta de puntos a cada cliente que desee participar del programa. Con cada compra que el cliente realiza en Supermercado Leal, acumula puntos que puede canjear por productos de nuestro catálogo. A su vez, el cliente tiene la posibilidad de canjear los puntos que genera en el supermercado, en otros comercios con los que Supermercado Leal tiene convenio, como ser entradas de cine en cines Gama S.R.L., cosméticos en Farmacia ZZ S.A. y estadías en Hotel WW S.R.L.

El tratamiento respecto a la registración de los premios ofrecidos a través del Programa de Fidelización de Clientes es el del ingreso diferido, reconociendo en la transacción de venta, además del ingreso por el producto principal que se está vendiendo, un ingreso diferido por los beneficios futuros que trae aparejados el Programa de Fidelización. Los ingresos son calculados estadísticamente en relación a los ratios esperados de puntos redimidos, la mezcla de productos que van a estar disponibles para el canje en el futuro y las preferencias de los consumidores. Al 31 de diciembre de 20XX el total estimado por puntos no redimidos asciende a \$ 10.00.000 y \$ 6.000.000 al 31 de diciembre de 20XX-1.

Luego, al momento en que el cliente canjea sus puntos, por un lado se reconoce efectivamente el ingreso (su contrapartida es el ingreso diferido) y el costo que tiene asimilado ese canje, con contrapartida en un pasivo o en existencias.

El Supermercado Leal a su vez ha firmado un convenio con el Banco Fidelizador, el que ha lanzado una tarjeta de crédito Banco Fidelizador – Supermercado Leal con la que todos los clientes que la usen como medio de pago obtienen un 15% de descuento en la línea tecnológica de la marca Noble. El 70% del costo que implica el descuento es afrontado por el Banco Fidelizador y el 30% por Supermercado Leal. Al 31 de diciembre de 20XX el costo por concepto de estos descuentos asciende a \$ 1.000 y \$ 9.000 al 31 de diciembre de 20XX-1.”

7.2 Bienes de Uso e Intangibles

Continuando con el desarrollo de las Notas referentes a las principales políticas contables, se encuentra el segundo caso particular a los Supermercados correspondiente a Bienes de Uso e Intangibles; la misma se expone a continuación.

Si bien los activos fijos propiedad de los Supermercados no ofrecen grandes particularidades específicas en relación a otros giros en lo que hace a su tratamiento contable, sí constituyen una parte muy significativa del activo de estos. Se debe realizar una exposición adecuada en el capítulo Bienes de Uso del Estado de Situación Patrimonial y Anexo de Bienes de Uso, de aquellos activos que componen el capítulo para el caso de los Supermercados. Por ejemplo: heladeras, góndolas, equipos, máquinas registradoras, inmuebles, entre otros.

Tal como comentan los gerentes en las entrevistas realizadas, los bienes de uso constituyen uno de los rubros de mayor relevancia del giro. Los entrevistados coincidieron en la importancia de su correcta valuación y control eficaz.

Los Supermercados valúan sus Bienes de Uso siguiendo los lineamientos establecidos por la NIC 16 Propiedades, planta y equipo, reconociendo como componentes de este rubro a aquellos activos tangibles que posee una entidad para su uso en la producción o suministro de bienes y servicios, para arrendarlos a terceros o para propósitos administrativos, y a los que se espera utilizar durante más de un período.

Asimismo, los Intangibles se valúan de acuerdo a la NIC 38 Activos Intangibles; éstos son activos identificables, de carácter no monetario y sin apariencia física. Se dice que un activo es identificable cuando es separable ya sea individualmente o junto con el contrato, activo o pasivo con los que guarde relación, y cuando surge de derechos contractuales o de otros derechos legales con independencia de que esos derechos sean transferibles o separables de la entidad o de otros derechos u obligaciones.

De acuerdo a estas normas, los Bienes de Uso e Intangibles deben ser valuados a su costo de adquisición o a su valor razonable, el menor de ambos. La normativa vigente sólo permite las revaluaciones si éstas se encuentran fundamentadas en una tasación. Las tasaciones deben realizarse con suficiente regularidad para asegurar que el importe en libros no difiera significativamente del que podría determinarse utilizando el valor razonable en la fecha de balance.

Los Supermercados determinan la frecuencia de la tasación que corresponde a los distintos elementos que componen sus propiedades, planta y equipo, por ejemplo la frecuencia de la tasación de un inmueble no es la misma que la de una máquina receptora de envases, si se tiene en cuenta el uso y el desgaste y las variaciones en los precios del mercado que sufren uno y otro.

En esta Nota el Supermercado establece el criterio de amortización adoptado para reconocer la pérdida de valor que sufren estos activos por su utilización, ya sea estimando la vida útil de cada elemento por el período durante el cual se espera

utilizar el activo o por el número de unidades de producción que espera obtener del mismo el Supermercado.

Respecto a la amortización de los Intangibles, los Supermercados deben evaluar si la vida útil de un activo intangible es finita o indefinida, y si es finita deben estimar la duración o el número de unidades productivas que constituyen su vida útil. Se considera que un intangible tiene una vida útil indefinida cuando, sobre la base de un análisis de todos los factores relevantes, no exista un límite previsible al periodo a lo largo del que se espera que el activo genere entradas de flujos netos de efectivo para los Supermercados. Un activo intangible con una vida útil finita se amortiza, mientras que un activo intangible con una vida útil indefinida no.

Por otra parte, y siguiendo con lo establecido en el Modelo General, las pérdidas por deterioro de Bienes de Uso e Intangibles se reconocen de acuerdo a lo estipulado por la NIC 36 Deterioro del Valor de los Activos, realizando el Supermercado una comparación entre el Valor Neto Contable de sus Bienes de Uso e Intangibles y el de su correspondiente Valor de Utilización Económica.

Como componentes característicos del Activo Fijo de Supermercados se encuentran las cajas registradoras, las heladeras, los carritos clásicos de supermercado, carritos de supermercados para clientes con discapacidad, carritos para niños, canastos, máquinas receptoras de envases, video casetes de las cámaras de seguridad, sistemas informáticos, máquinas auto elevadoras, software de gestión específico al rubro, lectores de código de barras, entre otros.

Es importante detallar en esta Nota acerca de la existencia de gravámenes sobre los Bienes de Uso del Supermercado, indicando a favor de quien está el gravamen, qué lo origina y cómo se refleja contablemente. Por ejemplo, si un local comercial en el que opera o arrienda el Supermercado se encuentra hipotecado a favor de una institución financiera que le proporciona fondos para financiar su capital de giro, este hecho debe ser expuesto en esta Nota.

Asimismo en este apartado deben detallarse todos aquellos costos que pueden incluirse contablemente en el valor de los Bienes de Uso e Intangibles de Supermercados. Por ejemplo, si la normativa departamental establece una resolución que indica que los Supermercados para funcionar adecuadamente y causar un menor daño medioambiental deben invertir en un sistema de reciclaje, este hecho se debe exponer en Notas. La normativa a nivel departamental es muy vasta y es posible que surjan resoluciones que afecten al capítulo Planta, propiedades y equipo de Supermercados.

Más adelante se hace referencia a la Ley N° 17.657 Establecimientos Comerciales de Grandes Superficies Destinados a la Venta de Artículos Alimenticios y de Uso Doméstico y a la Ley N° 17.849 Uso de Envases No Retornables, y se explica el grado en que estas normas impactan en los Bienes de Uso de Supermercados.

Ejemplo de esta Nota es: “Los Bienes de Uso e Intangibles del Supermercado Propietario se presentan a su valor razonable, determinando el mismo a partir de tasaciones realizadas regularmente por un perito reconocido profesionalmente. Las tasaciones se efectúan anualmente en el caso de los Muebles y Útiles y cada dos años para el caso de los locales comerciales.

Los desembolsos posteriores a la adquisición de un bien de uso, son incluidos al importe en libros del activo cuando sea probable que de los mismos se deriven beneficios económicos futuros, adicionales a los originalmente evaluados. Los gastos de reparaciones y mantenimiento son cargados a resultados.

La Dirección estima que el Valor Neto Contable de los bienes no supera su Valor de Utilización Económica, no existiendo pérdidas por deterioro.

La amortización se calcula por el método lineal en función de la vida útil estimada de los respectivos activos medida en años para todos los elementos de Propiedades, planta y equipo. La amortización del ejercicio finalizado al 31 de

diciembre de 20XX asciende a USD 10.000 y USD 20.000 al 31 de diciembre de 20XX-1, habiendo sido volcada en su totalidad al rubro Gastos de Administración y Ventas en ambos ejercicios.

Los Intangibles incluyen cuatro valores llave relacionados con la adquisición del derecho de explotación de cuatro locales y un valor llave por la adquisición de los derechos de coparticipación en un local. Estos importes no son amortizados considerando que su vida útil es indefinida.”

Ley de grandes superficies

Tal como se menciona en el apartado 2.3.1, la ley N° 17.657 de Establecimientos Comerciales de Grandes Superficies Destinados a la Venta de Artículos Alimenticios y de Uso Doméstico, modificativa de la ley N° 17.188, refiere a aquellos locales comerciales que comprenden una extensión de al menos 200 metros cuadrados. Por consiguiente, es posible deducir que un importante número de supermercados de nuestro país deben seguir los lineamientos de esta ley.

Esta norma establece la creación de Comisiones Departamentales de Protección de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Comercial y Artesanal ante las que se deben presentar los correspondientes proyectos para instalar nuevos emprendimientos comerciales, en este caso Supermercados, o para realizar ampliaciones sobre los ya existentes. El trámite de presentación de la documentación requerida por estas Comisiones da origen a ciertos costos.

De acuerdo a lo establecido por la NIC N° 16 *Propiedades, Planta y Equipo* en su párrafo 11 sobre costos iniciales, “Algunos elementos de propiedades, planta y equipo pueden ser adquiridos por razones de seguridad o de índole medioambiental. Aunque la adquisición de ese tipo de propiedades, planta y equipo no incremente los beneficios económicos que proporcionan las partidas de propiedades, planta y equipo existentes, puede ser necesaria para que la entidad

logre obtener los beneficios económicos derivados del resto de los activos. Dichos elementos de propiedades, planta y equipo cumplen las condiciones para su reconocimiento como activos porque permiten a la entidad obtener beneficios económicos adicionales del resto de sus activos, respecto a los que hubiera obtenido si no los hubiera adquirido.”

Es decir, si bien el cumplimiento de la presentación de la documentación requerida por la mencionada ley no asegura al Supermercado el incremento de beneficios económicos, el no cumplimiento es perjudicial para la imagen del mismo además de que trae aparejado el pago de una multa. Por lo tanto, se considera apropiado activar el costo de los trámites exigidos por la ley N° 17.657 integrándolos a los correspondientes elementos del activo fijo.

A continuación se presenta un ejemplo de esta Nota: “El Supermercado Legal S.A. ha reconocido \$1.000 del costo del trámite presentado ante la Comisión Departamental de Protección de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Comercial y Artesanal por el proyecto de la instalación del nuevo Supermercado inaugurado en Maldonado, como un componente del Activo Fijo. Se ha incluido este importe en el rubro “Mejoras local Maldonado”.”

Ley N° 17.849 Uso de Envases No Retornables

De acuerdo a lo expuesto en el apartado 2.3.1 y siguiendo lo establecido en la Ley N° 17.849 referente al Uso de Envases No Retornables, los comerciantes y puntos de venta al consumo, así como los demás intermediarios en la cadena de distribución y comercialización de productos envasados, tienen la obligación de recibir y aceptar la devolución y retorno de los envases de los productos que comercializan.

Los Supermercados quedan incluidos en las disposiciones de esta norma, estando también obligados a exhibir cartelera visible al público y a proveer información

al consumidor sobre el mecanismo de devolución y retornabilidad de los envases. La ley establece que el costo de la mencionada cartelería es de cargo de los fabricantes e importadores.

Es posible determinar que esta ley impacta contablemente en la gestión de los Supermercados porque éstos para llevar adelante la recepción de envases incurren en costos, ya sea destinando horas de trabajo de su personal para recibir y despachar los envases, o realizando inversiones en máquinas receptoras de envases automáticas.

La existencia de una máquina receptora de envases o la disposición de personal encargado a recibir los mismos, depende de las dimensiones y políticas de cada supermercado. Cada vez es más frecuente apreciar la presencia de máquinas receptoras de envases que velozmente reconocen con precisión cada envase, diferenciando logos, colores y formas. Son muy amigables para el consumidor, generalmente las únicas acciones a desarrollar son introducir el envase y presionar un botón. Estas máquinas, de acuerdo a lo establecido por la NIC N° 16 Propiedades, planta y equipo, cumplen la definición de activo porque es probable que la entidad obtenga los beneficios económicos futuros derivados de las mismas y su costo puede ser valorado con fiabilidad. Por otra parte, corresponde que estas máquinas sean tratadas como activos integrantes del activo fijo dado que se usan en la producción o suministro de bienes y servicios, para arrendarlos a terceros o para propósitos administrativos, y se esperan usar durante más de un período.

Sin embargo, es posible que en algunos supermercados el procedimiento de recepción de envases sea realizado por personal de la empresa. En estos casos, el costo de las horas trabajadas del personal responsable, debe ser reflejado en el Estado de Resultados como un gasto.

A continuación se presenta un ejemplo de esta Nota: “El Supermercado Envasador, siguiendo con lo dispuesto en la Ley N° 17.849 de Uso de Envases No

Retornables, está provisto de máquinas automáticas receptoras de envases por un valor neto de \$ 10.000; las mismas han sido incluidas en el Activo Fijo de la compañía, ya que cumplen con el criterio de reconocimiento de elementos de propiedades, planta y equipo dispuesto en la NIC 16.”

7.3 Bienes de Cambio y Marcas Blancas

Una vez descritas las principales políticas contables, se presenta sin cambios la Nota 4 Referente a la Posición en Moneda Extranjera. En lo que concierne a la Nota 5 Referentes al Estado de Situación Patrimonial, encontramos particularidades de los Supermercados en la Nota 5.5 Bienes de Cambio. La misma se sustituye por la siguiente:

A diferencia de otros giros, la operativa del supermercado se caracteriza por la importancia del rubro bienes de cambio; su objetivo es comercializar una gran variedad de bienes de consumo. En la actualidad, la oferta de productos crece de forma notoria, existiendo cada vez un mayor número de productos similares destinados a una misma finalidad, que hacen más complejo el accionar de los Supermercados. A esto debemos agregar una complejidad adicional: el altísimo número de transacciones diarias ocurridas en un Supermercado.

La correcta administración de estos bienes se convierte en un factor clave para los Supermercados, logrando una ventaja competitiva respecto a sus competidores cada vez que reducen sus costos de transporte, almacenamiento, pérdidas por deterioro, o pérdidas por obsolescencia de los mismos.

Estos factores convierten al rubro bienes de cambio, en un rubro muy complejo e importante, que debe recibir un adecuado tratamiento contable y debe ser presentado con el mayor detalle posible en las Notas a los Estados Contables.

Para comenzar presentamos un detalle de la composición del rubro:

	Saldo al 31.12.XX	Saldo al 31.12.XX-1
	(expresado en \$)	(expresado en \$)
<u>Corriente</u>		
Mercaderías de reventa perecederos	1.000.000	1.750.000
Mercaderías de reventa no perecederos	25.000.000	19.600.000
Envases	2.000.000	1.750.000
Importaciones en trámite	500.000	3.500.000
<u>No Corriente</u>		
Mercaderías de reventa no perecederos	22.000.000	16.100.000
<u>Menos</u>		
Previsión por obsolescencia	(1.000.000)	(100.000)
Total	49.500.000	42.600.000

A continuación se presenta un detalle de la evolución del saldo “Previsión por obsolescencia”

	Saldo al 31.12.20XX	Saldo al 31.12.20XX-1
	(expresado en \$)	(expresado en \$)
Saldo al inicio	100.000	4.000.000
Constitución o Desafectación	950.000	(2.600.000)
Utilización en el ejercicio	(50.000)	(1.300.000)
Saldo al cierre	1.000.000	100.000

Respecto a la previsión por obsolescencia, es importante incluir una descripción de las principales razones que han provocado constituir o desafectar la Previsión por obsolescencia, así como también detallar cuáles han sido las utilizaciones de la previsión en el ejercicio.

Por ejemplo: “En el ejercicio cerrado al 31.12.20XX, el saldo de la previsión por obsolescencia se ha incrementado en \$ 900.000 respecto al ejercicio cerrado al 31.12.20XX-1. Esta variación se origina por la constitución de previsión en el ejercicio que asciende a \$ 950.000, correspondientes a la previsión por

obsolescencia del lote N° 1234 del artículo “Televisores color 14 pulgadas”, los cuales se estima serán de difícil venta en el mercado actual, debido al ingreso de nuevos televisores 20 pulgadas fabricados en LCD, que son comercializados al mismo precio. A su vez se han afectado en el ejercicio, \$ 50.000 correspondientes a la verificación de la pérdida de valor total de los siguientes productos: “Disquete para computador” los cuales se utilizan mínimamente en el mercado actual y se estima que no podrán ser vendidos”.

Otro punto que debe ser analizado en esta Nota, trata de las marcas propias de los supermercados, también conocidas como “Marcas Blancas”.

Una marca blanca, también llamada marca del distribuidor o marca propia, es la marca perteneciente a una cadena de distribución (en nuestro casos los supermercados) con la que se venden productos de distintos fabricantes. El objetivo de las marcas blancas es conseguir una fidelidad comercial para los artículos del establecimiento, apostando a una excelente relación de calidad y precio.

Los llaman productos de marcas blancas —ha explicado en reiteradas ocasiones Martín Boehm⁴², decano del “IE Business School” de España— porque en los estantes de los supermercados de Estados Unidos, donde nace el concepto, los exhiben en un insípido envase blanco. Sin ninguna información sobre dónde fueron producidos, cuántos gramos o centímetros cúbicos contenían, ni cuáles son sus contraindicaciones. Trata de captar al comprador innovador que siente que ha hecho la mejor elección, al no estar pagando de más por un artículo básico.

En palabras de Boehm, “el concepto ha evolucionado y hoy una marca blanca es simplemente aquella que pertenece a una cadena de distribución y que

⁴²Business School [online] [citado 04 de febrero de 2012]
http://www.ie.edu/IE/php/es/claustro_detalle.php?id=633

comercializan sus supermercados⁴³”. La confianza que el consumidor ponía en un fabricante se traslada a una cadena de distribución que merece su aprobación.

La encargada de marcas propias de Ta-Ta, Teresa Regusci relata a La República que el fenómeno surge a nivel mundial “debido a que hay un gasto de marketing y publicidad que se invierte en las marcas que se traslada al producto. Las propias cadenas empiezan a desarrollar su producto para evitar esos gastos”. Es así que debido a la ausencia de los costos de marketing y al envase más austero, se puede ofrecer un producto idéntico al de la marca líder pero con un precio que puede ser entre un 15 y un 40% más bajo⁴⁴.

Algunas ventajas de estos productos es que normalmente son marcas más baratas que las marcas que distribuye el fabricante al ahorrar costes en publicidad y promoción y en muchos casos, la calidad del producto es la misma. Además, el fabricante tiene garantizada la implantación de su producto en un mercado concreto y amplio, los puntos de venta del distribuidor.

Podemos señalar también algunos inconvenientes: la percepción de los consumidores de que el control de calidad pueda ser menos riguroso para ahorrar en costos de producción, o que se intente ahorrar en la materia prima destinada a la marca blanca para mantener un precio barato. Además, el producto dentro de un envase de marca blanca, puede cambiar sin previo aviso de distribuidor, provocando cambios en la calidad o sabor del producto sin que el consumidor lo haya elegido.

⁴³El Espectador [online] [citado 04 de febrero de 2012] <http://www.elespectador.com/impreso/negocios/articuloimpreso181358-el-boom-de-marcas-blancas>

⁴⁴La Red 21[online] [citado 04 de febrero de 2012] <http://www.lr21.com.uy/economia/98273-con-la-crisis-en-uruguay-las-marcas-propias-logran-mayor-aceptacion>

Estas marcas blancas, son hoy en día una herramienta de marketing de gran importancia para los supermercados, cada vez es mayor la cantidad de productos que se ofrecen bajo estas marcas, generando mayores ingresos en su venta.

Debido a lo expuesto, los Supermercados deben exponer en sus Notas a los Estados Contables, una reseña de sus marcas propias, incluyendo información detallada de los productos ofrecidos, y los beneficios asociados a los mismos. Esta información brinda a los usuarios de los Estados Contables, un completo panorama de la situación actual del Supermercado respecto a la tendencia actual de comercializar utilizando marcas propias y los beneficios generados por las mismas.

Por ejemplo: “El Supermercado Marca Propia S.A. ha implementado con fecha 01 de marzo 20XX el uso de su propia marca “Más barato”, con el objetivo de reducir costos asociados a la publicidad o marketing de los productos actuales. Se comercializaron productos de alimentación (específicamente harina y arroz), en una única presentación de un kilogramo. Para llevar adelante dicha marca, se ha realizado un acuerdo comercial con El Fabricante S.A. quién abastece dichos productos durante todo el ejercicio, finalizando el 31 de diciembre de 20XX. Actualmente el stock de productos con marca propia, asciende a \$ 10.000 (incluidos en el saldo de mercadería de reventa no perecedera). Se estima para el ejercicio próximo incrementar el número de artículos ofrecidos bajo la marca “Más barato” incluyendo artículos de cuidado personal.”

7.4 Deudas Comerciales

Prosiguiendo con el desarrollo de Notas particulares a los Supermercados, dentro de las Notas referentes al Estado de Situación Patrimonial, se presenta la Nota Deudas Comerciales, ya que si bien no existen grandes diferencias respecto al modelo general, en el caso de los Supermercados este rubro es de gran materialidad y debe exponerse en Notas con el mayor detalle posible.

En esta Nota, al igual que en el Modelo General, corresponde detallar la composición del rubro aclarando el plazo de la deuda, si se trata de deudas contraídas en el país o en el exterior, y si se trata de deudas materializadas en documentos a pagar, según lo establecido por el Decreto 103/991.

De acuerdo a la información recabada en las entrevistas, el rubro Deudas Comerciales trae aparejada una complejidad para los Supermercados: las negociaciones con proveedores, a las que los entrevistados consideran como “una de las claves del negocio”.

Los Supermercados constituyen uno de los clientes más rentables para la inmensa mayoría de proveedores de productos de consumo masivo. Los Supermercados son conscientes de esta situación y consecuentemente negocian generalmente marcando pautas a sus proveedores. Hay un fortísimo poder de negociación por parte de los Supermercados, el que aprovechan definiendo ellos mismos los plazos de pago e incluso hasta los precios.

En las entrevistas los gerentes de los distintos Supermercados destacan la importancia de un buen relacionamiento con sus proveedores, ya que ello impacta directamente en la principal operativa del negocio, que es la comercialización de bienes de consumo. El Cr. Martín López comenta que en Tienda Inglesa se busca crear vínculos a largo plazo con proveedores, en los que ambas partes salgan ganando. Tienda Inglesa tiene como política publicar las fechas de pago así como también un detalle de los mismos. Las transacciones del día anterior se encuentran disponibles en su página web y existe un sistema para realizar reclamos. El Supermercado entiende que el brindar un trato diferencial a sus proveedores, se refleja luego en la calidad de los productos.

A pesar de que al parecer las partes, Supermercados y proveedores, entienden claramente que un buen vínculo conlleva a buenos resultados para ambos, han existido instancias de desentendimiento. Un renombrado caso acontecido durante

el año 2001, entre uno de los principales Supermercados de nuestro país y un importante proveedor de yerba, resulta en una situación desventajosa para ambos originada en un desacuerdo en la forma en que se fija y se informa el precio al que se marca el producto en una semana de descuentos, “la semana uruguaya”. La situación resulta perjudicial tanto para el proveedor como para el Supermercado, dado que el Supermercado durante el período del conflicto no pudo proveer a sus clientes de esa yerba consumida por un gran nicho de mercado y el proveedor se queda sin el importante ingreso que le implica la venta a ese Supermercado.

Por tanto, si bien los Supermercados pautan las negociaciones con sus proveedores porque tienen un gran poder, fijan los precios, los plazos y las cantidades a comprar, para que el proveedor opere de forma eficiente y brinde al Supermercado un servicio y un producto de calidad, es importante tener en cuenta que un buen relacionamiento es esencial.

Un aspecto a destacar es que el hecho de que el Supermercado con su fuerte poder de negociación pauten el plazo de pago a proveedores, hace que éstos le proporcionen financiamiento. Generalmente, los Supermercados aprovechan el desfase financiero entre los ingresos por ventas que perciben de sus clientes, que principalmente pagan al contado y con tarjeta de crédito a treinta días, y el pago a proveedores que los propios Supermercados definen para financiar su capital de giro. Es por esto que generalmente los Supermercados operan con Capital de Trabajo negativo.

Como ejemplo de esta Nota puede presentarse: “El Supermercado Poderoso presenta la siguiente composición de Deudas Comerciales al 31 de diciembre de 20XX:

	Saldo al 31.12.XX	Saldo al 31.12.XX-1
	(expresado en \$)	(expresado en \$)
Proveedores Plaza
Proveedores Por Importaciones
Documentos a pagar
Total

El saldo de Deudas Comerciales al 31 de diciembre de 20XX fue de \$ 10.000, siendo éste un 25% inferior al saldo registrado al 31 de diciembre de 20XX-1.

Supermercado Poderoso tiene como política informar los precios a los que marca los productos de sus proveedores recién cuando se publica el catálogo. Los proveedores no conocen el precio al que marcan sus productos con anterioridad.

Respecto a los plazos de pago, lo facturado por los proveedores es pagado a 60 días de plazo indefectiblemente. Los días de pago se publican en la pestaña “Proveedores” del sitio web de Supermercado Poderoso.

Próximamente, se va a contar con un software integrado a través del que se puede comunicar velozmente al proveedor las necesidades de stock. De esta forma se eligen los lotes de compra más convenientes, considerando los costos de pedidos, los costos de compra y los descuentos comerciales y financieros. “

7.5 Notas referentes al Estado de Resultados

Las siguientes Notas que se presentan son las referentes al Estado de Resultados que hemos identificado como particulares a los Supermercados.

Publicidad

Como se menciona en la Nota 3.6, la búsqueda de la retención y fidelización de clientes se ha convertido hoy en día en uno de los pilares del accionar de los Supermercados.

Es así que en la actualidad los Supermercados compiten entre ellos lanzando agresivas campañas publicitarias cuyo objetivo es llamar la atención del cliente, captarlo, venderle el producto y de esta forma incrementar los ingresos. Para ello es vital conocer perfectamente al cliente, sus gustos, costumbres, preferencias, valores, de modo de brindar una imagen con la que el cliente se identifique y con la que se sienta atraído.

Contablemente, este esfuerzo por lograr transmitir una imagen y un producto que el cliente valore, se materializa en un gasto en publicidad. Los Supermercados arman campañas publicitarias que incluyen folletos con catálogos de los productos, publicidad en internet, envío del catálogo al correo electrónico de los clientes, spots publicitarios en televisión, en la temporada de verano es usual que se distribuyan calcomanías para pegar en los autos, carteles publicitarios en las rutas más transitadas, sorteos de automóviles, viajes o electrodomésticos entregando un cupón al cliente cada \$x de compra. Todos estos conceptos deben ser reconocidos como gastos de publicidad que son explicitados en las Notas, ya que la apertura del Estado de Resultados generalmente no proporciona información sobre el destino del gasto.

Es de destacar lo que comenta el Cr. López de Tienda Inglesa en la entrevista respecto a que existe participación de sus proveedores en campañas publicitarias masivas, por ejemplo cuando se realizan los ya frecuentes sorteos de automóviles se solicita a los proveedores que asuman parte del costo de los vehículos.

Hasta aquí la publicidad es vista desde la perspectiva del gasto, pero por otro lado, una particularidad de la operativa de los Supermercados es que la publicidad que los proveedores realizan dentro del local comercial del Supermercado promocionando sus productos es facturada mes a mes a cada proveedor, y es reconocida como un ingreso. Los proveedores acuerdan determinadas pautas con los Supermercados a los efectos de que sus productos sean expuestos de determinada manera, de forma tal de que los mismos tengan el impacto buscado en el cliente. Como producto de estos acuerdos es que el Supermercado pacta un precio en efectivo o mercadería, por el servicio de promocionar el producto.

Uno de los casos más frecuentes de la publicidad acordada con proveedores es el uso de góndolas: los proveedores pagan para que sus productos sean exhibidos en una determinada góndola ubicada estratégicamente para influir sobre la conducta de los clientes.

La ubicación de los distintos productos con su correspondiente cartelera en las heladeras constituye otro aspecto publicitario que contratan los proveedores al Supermercado. Detrás de la ubicación hay un estudio de mercado realizado por los profesionales del Marketing que está basado en la orientación del comportamiento de compra del cliente.

Asimismo los proveedores contratan otro tipo de publicidad al Supermercado, como ser: degustaciones en el propio Supermercado y otras promociones como ser descuentos en determinado producto, pantallas en el salón, cartelera, participación en la página web, entre otras modalidades.

Tomando en cuenta lo comentado por el Cr. Martín López Badani de Tienda Inglesa, lo recaudado por concepto de “uso de góndolas, espacios y promociones” resulta muy significativo ya que constituye el 1% de la facturación del Supermercado, lo que representa el 50% del gasto total en publicidad y promociones.

Como ejemplo de lo que debe ser expuesto en Notas se sugiere: “El Supermercado Publicitario destina al 31 de diciembre de 20XX un monto total de \$ 20.000 en su campaña de publicidad. Este concepto al 31 de diciembre de 20XX-1 había sido de \$ 10.000. El total invertido se destina 10% a cartelería en la vía pública, 20% al mantenimiento del sitio web, confección del catálogo y envío del mismo vía correo electrónico, 50% en sorteos de automóviles y electrodomésticos y el restante 20% a la campaña televisiva.

Esta es la composición del Gasto en Publicidad

	Saldo al 31.12.XX	Saldo al 31.12.XX-1
	(expresado en \$)	(expresado en \$)
Cartelería vía pública	2.000	1.000
Sitio Web	2.000	1.000
Catálogo/Mailing	2.000	1.000
Campaña Televisiva	4.000	2.000
Premios de sorteos	10.000	5.000
Total	20.000	10.000

Por otra parte, Supermercado Publicitario percibe al 31 de diciembre de 20XX la suma de \$ 10.000 por el uso de góndolas, espacios y promociones de los proveedores. Al 31 de diciembre de 20XX-1 percibió \$8.000. El 60% de la facturación corresponde al uso de góndolas y heladeras, el 20% corresponde a la realización de promociones dentro del Supermercado y el restante 20% a publicidad de proveedores en el catálogo electrónico de Supermercado Publicitario.

Se expone a continuación la composición del rubro uso de góndolas, espacios y promociones:

	Saldo al 31.12.XX	Saldo al 31.12.XX-1
	(expresado en \$)	(expresado en \$)
Uso de góndolas y heladeras	6.000	4.800
Promociones en el supermercado	2.000	1.600
Publicidad en catálogo	2.000	1.600
Total	10.000	8.000

	Saldo al 31.12.XX	Saldo al 31.12.XX-1
	(expresado en \$)	(expresado en \$)
Uso de góndolas y heladeras	6.000	4.800
Promociones en el supermercado	2.000	1.600
Publicidad en catálogo	2.000	1.600
Total	10.000	8.000

Esta Nota se debe vincular con los importes de ingresos y egresos correspondientes en el Estado de Resultados.

Responsabilidad Social Empresaria

Como se describe en el capítulo 2.5, la Responsabilidad Social Empresaria ha venido tomando globalmente gran relevancia en la vida de los Supermercados y de otras empresas, por la mayor consciencia social existente que dirige el accionar de estas entidades hacia el bienestar de los grupos de interés, la satisfacción del cliente, el cuidado del medioambiente, la prosperidad de sus empleados y la transparencia de su gestión.

En este apartado se incluye una breve explicación sobre cuáles son los planes de Responsabilidad Social que se llevan adelante y sobre los costos que se incurren para desarrollarlos. Cabe destacar que en este caso es importante explicar, más

allá de los números, cuál fue el espíritu del programa desarrollado, la causa por la que se lleva a cabo, quién o quiénes son los beneficiarios de la acción que el Supermercado desarrolla.

Hay una gran diversidad de áreas en que pueden desarrollarse programas de Responsabilidad Social, por tanto los costos pueden corresponder a capacitación al personal, desarrollo de un código de ética, beneficios adicionales a los empleados, donaciones a instituciones, adquisición de insumos biodegradables, inversión en programas de reciclaje, costos por la confección del Reporte de Sustentabilidad, entre otros.

Un ejemplo de esta Nota es: “El Supermercado Responsable S.A. ha introducido dentro de su Programa de Responsabilidad Social el uso de bolsas biodegradables sustituyendo a las anteriormente utilizadas bolsas de nylon, ya que las primeras son ambientalmente más convenientes dado que se descomponen fácilmente quedando convertidas en agua, humus y dióxido de carbono. El costo por compra de bolsas biodegradables para el ejercicio finalizado al 31 de diciembre de 20XX fue de \$ 10.000 en tanto, en el ejercicio anterior no se incurrieron en gastos por dichos conceptos.

A su vez, Supermercado Responsable organiza la campaña “Todos ayudamos” que consiste en colaborar brindando alimentos, abrigo, artículos escolares y medicamentos a la ONG “Todos ayudamos”. Esta ONG tiene como objetivo trabajar para conseguir el bienestar de personas en situación de calle. El total invertido en la campaña “Todos ayudamos” asciende al 31 de diciembre de 20XX a \$ 10.000 y \$ 5.000 a la fecha de cierre del ejercicio anterior.

Por otro lado, el Supermercado lleva adelante un programa de capacitación destinado al personal de todas las áreas del negocio, que tiene como objetivo difundir pautas de relacionamiento, comunicación, trato al cliente y principios éticos que el Directorio del Supermercado considera esenciales para orientar el

accionar del cuerpo humano de Supermercado Responsable. La puesta en marcha de este programa de capacitación tiene un costo de \$ 10.000 al 31 de diciembre de 20XX, siendo este el primer ejercicio de su implementación.

Finalmente, nuestra institución ha promovido en el ejercicio actual la creación de un Reporte de Sustentabilidad en el que se transmita a todos nuestros “stakeholders” o partes interesadas, la integridad de nuestra gestión, detallando el desempeño de cada una de las áreas en las que se desenvuelve Supermercado Responsable, haciendo hincapié en nuestra preocupación por la satisfacción del cliente. El costo por la confección del Reporte de Sustentabilidad asciende al 31 de diciembre del 20XX a \$ 10.000.”

Certificaciones de Calidad

Como se comentó en el apartado 2.4 “Certificaciones de Calidad”, acceder a los estándares de calidad exigidos por las diferentes certificaciones permite en líneas generales lograr beneficios organizativos, de producción, mejor posición competitiva, y mayor respuesta ante los cambios del mercado. Se obtiene una nueva fuente de creación de valor agregado y beneficios económicos futuros.

Estos beneficios deben ser evaluados por la gerencia al momento de adquirir una certificación, y esta realidad debe ser explicitada en las Notas a los Estados Contables, indicando la naturaleza de la certificación, el organismo emisor, su costo y su vigencia.

Los Supermercados incurren en un costo (se presenta en principio en el Estado de Resultados) asociados a la obtención de dichas certificaciones, que deben ser detallados en las Notas a los Estados Contables. En cuanto al reconocimiento de dichas certificaciones de calidad como un activo intangible en lugar de un gasto, es necesario recurrir a las definiciones establecidas en el Marco Conceptual para

la Preparación y Presentación de Estados Contables y la NIC 39, Activos Intangibles.

El Marco Conceptual establece en su párrafo 89: “Se reconoce un activo en el balance cuando es probable que se obtengan del mismo beneficios económicos futuros para la empresa, y además el activo tiene un costo o valor que puede ser medido con fiabilidad”. El párrafo siguiente indica: “Un activo no es objeto de reconocimiento en el balance cuando se considera improbable que, del desembolso correspondiente, se vayan a obtener beneficios económicos en el futuro. En lugar de ello, tal transacción lleva al reconocimiento de un gasto en el estado de resultados”. A su vez, la NIC 38, Activos Intangibles establece en su párrafo 19: “Un activo intangible debe ser objeto de reconocimiento como activo si, y sólo si: es probable que los beneficios económicos futuros que se han atribuido al mismo lleguen a la empresa; y el costo del activo puede ser medido de forma fiable. Continuando con la misma norma, el párrafo siguiente dice: ”La empresa debe evaluar la probabilidad de obtener beneficios futuros utilizando hipótesis razonables y fundadas, que representen las mejores estimaciones de la gerencia respecto al conjunto de condiciones económicas que se darán a lo largo de la vida útil del activo”.

Una vez analizados estos párrafos, corresponde evaluar las condiciones presentes en las certificaciones de calidad que se adquieren, registrando las mismas como un activo intangible o un gasto del ejercicio.

Ejemplo: “El Supermercado Gran Calidad S.A ha realizado una inversión al 31 de diciembre de 20XX que asciende a US\$ 10.000 correspondientes a la certificación de calidad UNIT-ISO 9001. En particular, la ISO 9001 es una norma de certificación en calidad y gestión, elaborada por el Comité Técnico ISO/TC176 de ISO (Organización Internacional para la Estandarización) que especifica los requisitos para un buen sistema de gestión de la calidad que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, para certificación o con fines

contractuales. Dicha certificación rige hasta la fecha 31 de diciembre de 20XX+5. La misma se reconoce como un gasto del ejercicio en curso.”

Gastos incurridos en habilitaciones municipales

Los Supermercados deben gestionar ante la Intendencia Municipal correspondiente, una serie de habilitaciones para poder operar. Entre ellas se encuentran: habilitación municipal correspondiente a Locales Industriales y Comerciales, habilitación de Contralor de la Edificación, habilitación de Instalaciones Mecánicas y Eléctricas y habilitación de Regulación Alimentaria. Deberán gestionar también la habilitación final de Bomberos.

Corresponde entonces, detallar los gastos incurridos en las mismas, señalando con particular énfasis, la importancia de dichas habilitaciones para el correcto operar del Supermercado. Cabe señalar, que el incumplimiento de estas habilitaciones, conlleva a sanciones económicas que serán determinadas por los organismos de contralor del Municipio correspondiente, que incluso pueden implicar la clausura del local.

Ejemplo: “El supermercado Ejemplo S.A. ha incurrido en un total de \$ 1.000 en cumplimiento de las habilitaciones municipales exigidas según lo establecido en la Normativa Departamental vigente, correspondientes a su único local ubicado en la ciudad de Montevideo”.

Multas por incumplimientos de la “Reglamentación Alimentaria: Ordenanza Bromatológica Municipal”, establecida en el Decreto de la Junta Departamental de Montevideo 27.235/1996

El objetivo de este decreto es garantizar la calidad e higiene de los alimentos. Comprende las condiciones y medidas necesarias para la producción, elaboración, almacenamiento y distribución de los alimentos, destinadas a garantizar un

producto inocuo, en buen estado y comestible, apto para el consumo humano. Se busca alcanzar, alimentos libres de contaminantes, tanto microbiológicos, químicos o físicos con el objetivo de que no representen riesgos para la salud del consumidor.

Se entiende por objetivo de inocuidad a “la frecuencia y/o concentración máxima de un peligro microbiológico en un alimento en el momento del consumo que proporciona el nivel apropiado de protección de salud.” Así lo establece la comisión del “Códex Alimentarius”⁴⁵, creada en 1963 por la FAO (“Food and Agriculture Organization” u Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) y la OMS (Organización Mundial de la Salud) para desarrollar normas alimentarias, reglamentos y otros textos relacionados con la protección de la salud de los consumidores.

Los municipios departamentales, realizan inspecciones con el objetivo de detectar y sancionar aquellos supermercados que incumplan las condiciones higiénicas establecidas en el decreto 27.235, fijando multas económicas o incluso, clausura del local comercial. Por ejemplo, la presencia de productos vencidos en las góndolas es sancionada con una multa de 54 Unidades Reajustables, mientras que exponer mercadería cuyo análisis microbiológico determina presencia de microorganismos superior al mínimo permitido, es penada con una multa de 26 Unidades Reajustables.

Incurrir en dichas multas, se convierte en un indicador de suma importancia para la gestión del supermercado, pudiendo señalar graves deficiencias en el sistema de control interno establecido, que incluso podrían determinar la clausura del establecimiento. Esta situación debe ser reflejada en las Notas a los Estados Contables, incluyendo un detalle de la frecuencia y gravedad de dichas multas y cuáles son las acciones que se pretenden implementar para corregir las mismas.

⁴⁵ Codex Alimentarius [online] [citado 04 de febrero de 2012]
http://www.codexalimentarius.net/web/index_es.jsp

Ejemplo: “El supermercado Ejemplo S.A. ha incurrido en un total de 1000 Unidades Reajustables (equivalentes a \$ 542.250) por concepto de las siguientes multas: lote número 100 del producto envasado ABC, con fecha 15 de julio de 2012, presentado a la venta ya vencido”.

Habilitaciones bromatológicas

Como se describió en el apartado 2.4, Certificaciones de calidad, todas las carnicerías establecidas en los supermercados, deben cumplir con la regulación emitida por el Instituto Nacional de Carnes. Es así que en cumplimiento del decreto 110/995 “Normas para la habilitación y funcionamiento de carnicerías” deberán obtener el certificado de habilitación emitido por el I.N.A.C. y un número de registro en el Registro Nacional de Carnicerías.

A su vez, se debe gestionar ante la Dirección de Control y Desarrollo de Calidad (D.C.D.C.) del I.N.A.C, diversas autorizaciones adicionales como ser: autorización para la instalación de un sector de cocción, autorización para la venta de productos cárnicos chacinados, autorización para realizar ampliaciones o reformas en el local.

De acuerdo al Decreto-Ley 15.605, son competencias del I.N.A.C la fijación de normas de calidad y especificaciones técnicas a fin de orientar la producción hacia niveles de calidad comercial aceptable. Por esta razón, se puede consultar en el sitio web del I.N.A.C el “Manual de Control de Calidad”, donde se detallan todas las características que debe cumplir el producto para ser aprobado.

Por ejemplo, el Decreto 215 de 2006 “Normalización de la elaboración y composición de la carne picada comercializada en carnicerías y supermercados”, determinó el máximo de grasa permitido en la elaboración de carne picada, el producto de más consumo entre las clases populares de nuestro país, fijando el tenor de grasa máximo en un 20%. Se han implementado también, el diseño y

distribución de afiches con una guía fotográfica de la grasa en la carne picada, para servir de referencia al consumidor final.

Por estos motivos, se considera relevante exponer en las Notas a los Estados Contables el correcto cumplimiento de todas estas obligaciones normativas, que autorizan el desempeño de la carnicería dentro del supermercado y aseguran un producto de calidad certificada.

Por ejemplo: “La carnicería instalada en el Supermercado Ejemplo S.A. cumple con todos los requisitos normativos establecidos por el Instituto Nacional de Carnes, obteniendo el certificado habilitante emitido por dicho organismo e inscrita en el Registro Nacional de Carnicerías con el número 1000. El monto total incurrido en la obtención de dichos certificados asciende al 31 de diciembre de 20XX \$ 1.000”.

Ley 17.250 – Defensa del Consumidor

Los supermercados pueden enfrentar diversas demandas originadas en denuncias provenientes de sus consumidores, amparados en la Ley 17.250 del año 2010, Defensa al Consumidor. Dicha Ley, se desarrolla en el apartado 2.3.1 Legislación y Regulación Estatal, donde se exponen los derechos atribuibles a los consumidores.

Estas denuncias, deben explicitarse en la presente Nota, indicando la naturaleza y origen de la denuncia, el importe reclamado y una opinión fundamentada de los asesores legales de la empresa respecto a la probabilidad de pago.

Los Supermercados centran su atención en brindar un servicio de calidad a sus clientes, es por este motivo que las denuncias provenientes de los mismos deben ser cuidadosamente evaluadas.

Ejemplo: “El Supermercado Denunciado S.A. enfrenta al 31 de diciembre de 20XX un juicio ante el Consumidor, quién reclama con fecha 01 de octubre de 20XX daños producidos por publicidad engañosa, presentada en el local número 1 del Supermercado, referente a productos de limpieza. Los productos ofertados bajo la denominación “pack económico de limpieza”, no detallaban la cantidad contenida en los envases ni la cantidad exacta de productos. El importe demandado al 31 de diciembre de 20XX asciende a \$1.000, siendo la opinión de los asesores legales del Supermercado Denunciado S.A., favorable al Consumidor demandante. Se estima que dichos fondos serán liquidados dentro de los tres meses próximos al juicio”.

Segmentos de Operación

En el caso de los Supermercados, luego de analizar la obligatoriedad o no de la NIIF 8 de acuerdo a los primeros párrafos de la misma, o bien realizando una aplicación opcional permitida en la NIIF, podemos identificar varios segmentos de operación. Podemos por ejemplo identificar: Supermercado (refiere a la venta de productos de consumo masivo), farmacia o cosméticos, panadería, rotisería, fiambrería, tecnología e informática, entre otros.

Presentamos el siguiente ejemplo para esta Nota: La empresa Supermercado Segmentado S.A. ha adoptado lo establecido en NIIF 8 Segmentos de Operación: El Grupo adoptó la NIIF 8 Segmentos de operación a partir del 1 de enero de 20XX-2. La NIIF 8 requiere que los segmentos de operación sean identificados con base en informes internos sobre los componentes del Grupo, los cuales son revisados regularmente por el encargado de la toma de decisiones del área operativa con el fin de destinar los recursos a los segmentos y evaluar su rendimiento.

Los segmentos sobre los cuales debe informar el Grupo de acuerdo a la NIIF 8 son los siguientes:

- a) Rotisería: se encarga de la venta de una gran variedad de productos alimenticios ya preparados, tanto dulces como salados.
- b) Tecnología: ofrece productos electrónicos de última generación, como ser computadoras, “notebooks”, cámaras digitales, entre otros.
- c) Otros: en este grupo se incluye la venta de los restantes productos ofrecidos en el supermercado.

A continuación se presenta un análisis de los ingresos y resultados provenientes de operaciones que continúan por segmentos sobre los que debe informarse al 31 de diciembre de 20XX y 20XX-1:

31/12/20XX	4) Rotisería	5) Tecnología	6) Otros	TOTAL
Ingresos	100.000	200.000	300.000	600.000
Costos de Ventas	(90.000)	(190.000)	(190.000)	(470.000)
Gastos ventas	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(3.000)
Resultados financieros	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(3.000)
Otros gastos	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(3.000)
Impuesto a la renta	(1.000)	(3.000)	(3.000)	(7.000)
Resultado	6.000	4.000	104.000	114.000

31/12/20XX-1	1) Rotisería	2) Tecnología	3) Otros	TOTAL
Ingresos	10.000	20.000	30.000	60.000
Costos de Ventas	(5.000)	(19.000)	(10.000)	(34.000)
Gastos ventas	(1.000)	(100)	(100)	(1.200)
Resultados financieros	(500)	(100)	(100)	(700)
Otros gastos	(500)	(100)	(100)	(700)
Impuesto a la renta	(1.000)	(300)	(100)	(1.400)
Resultado	2.000	400	19.600	22.000

En el siguiente cuadro se detallan los activos y pasivos por segmento al 31 de diciembre de 20XX:

	1) Rotisería	2) Tecnología	3) Otros	TOTAL
Activos totales	750.000	150.000	12.000.000	12.900.000
Pasivos totales	250.000	75.000	900.000	1.225.000

En el siguiente cuadro se detallan los activos y pasivos por segmento al 31 de diciembre de 20XX-1:

	1) Rotisería	2) Tecnología	3) Otros	TOTAL
Activos totales	250.000	50.000	6.000.000	6.300.000
Pasivos totales	50.000	1.000	1.000.000	1.051.000

Servicios o bienes por cuenta y orden de terceros

De acuerdo a lo establecido en el modelo general de Notas a los Estados Contables presentado en el capítulo anterior, el Decreto 103/991 establece que se debe brindar una explicación acerca de aquellos bienes de terceros que la empresa administra en forma de consignación, custodia, prenda y cualquier otro título que no implica transferencia de dominio.

La operativa de consignación consiste en que una de las partes, el consignador, remite las mercaderías a la otra parte, el consignatario, pero no se transfiere la propiedad de éstos bienes. Dicha transferencia de propiedad recién se perfecciona en el momento en que el comprador o consignatario (en nuestro caso, el supermercado) vende a un tercero los bienes recibidos en consignación. Si bien el consignatario puede asumir el riesgo por la pérdida accidental de los bienes en consignación, la transferencia de la propiedad y de los beneficios inherentes a la misma se verifica recién en el momento en el que se produce la venta al tercero.

En cuanto a la registración contable de dichos bienes en consignación, se registran los mismos utilizando cuentas de contingencia, debitando el rubro “Mercadería o bienes en consignación” y acreditando “Acreedores por compra de bienes en consignación”. Esta operativa luego se vincula a la Nota correspondiente.

Esta situación debe reflejarse en las Notas a los Estados Contables de Supermercados, detallando los bienes recibidos utilizando dicha modalidad, la responsabilidad de las partes ante posibles daños o pérdidas totales, el precio y

plazo pactado en la operación así como todo tipo de condiciones adicional que se acuerden entre las partes.

Otro caso de bienes de terceros en Supermercados, es cuando los proveedores instalan en los locales de venta heladeras propias de la marca, formando parte de la estrategia de venta del producto. Por ejemplo las bebidas energizantes son promocionadas en pequeñas y modernas heladeras, de gran luminosidad, próximas a las cajas registradoras, procurando su consumo a muy baja temperatura. En estos casos las heladeras son propiedad del distribuidor por lo que corresponde exponer en cuentas de orden estos bienes, que son vinculados a la correspondientes Notas contables.

Ejemplo: “El Supermercado Consignación S.A., ha realizado con fecha 1 de junio de 20XX un acuerdo comercial con El Proveedor Consignador S.A., mediante el cual éste último se compromete a entregar 100.000 unidades del producto ABC en consignación, siendo responsable por los mismos el Consignador. El plazo de dicho acuerdo tiene una duración de seis meses consecutivos a partir de la fecha de la firma del contrato. Una vez finalizado dicho acuerdo, el Supermercado Consignación S.A. devuelve al vendedor la mercadería remanente. Al 31 de diciembre de 20XX-1 no existen contratos bajo esta modalidad.”

Otro caso que podemos encontrar frecuentemente en los Supermercados, y que también se debe exponer en esta nota, es el caso de las cobranzas de servicios por cuenta y orden de terceros. Nos referimos a situaciones, en las cuales el supermercado actúa como un agente de cobranza de servicios que no son proporcionados por el mismo supermercado. Por ejemplo, el consumo de energía puede ser abonado en un supermercado. El dinero recibido por esta cobranza no pertenece al supermercado, es rendido a la empresa que brinda el servicio. A cambio del servicio de cobranza, el supermercado percibe un ingreso o comisión determinada.

Es necesario entonces, brindar información acerca de dichos contratos, detallando las condiciones del mismo, su plazo, el precio pactado por cada cobranza y la responsabilidad de las partes en caso de hurtos, extravíos o faltantes.

Ejemplo: “De acuerdo con los contratos firmados con ciertas empresas (A.N.T.E.L., U.T.E. y O.S.E.), El Supermercado Cobrador S.A. efectúa la cobranza de los gastos a los usuarios de los servicios por cuenta y orden de las mencionadas instituciones. Al 31 de diciembre de 20XX y 20XX-1 existían en poder de la empresa en concepto de cobranzas efectuadas por cuenta y orden de terceros \$ 1.000.000 y \$ 2.000.000, respectivamente. La totalidad de estos acuerdos han sido celebrados el 15 de junio de 20XX-1 y se extienden por un plazo de 36 meses. El Supermercado Cobrador SA es responsable por la custodia de los fondos recaudados hasta ser depositados en las cuentas de las empresas prestadoras de servicios. La comisión acordada por cada cobranza asciende a \$ 0.5 al 31 de diciembre de 20XX y \$ 0.2 al 31 de diciembre de 20XX-1. Los ingresos por dicho concepto se encuentran reflejados en el Estado de Resultados.”

Estado de Resultados según decreto 124/011

Finalmente se incluye en este apartado un formato de Estado de Resultados que sigue los lineamientos de la NIC 1, ya que de acuerdo al decreto 124/011, si el Supermercado fuera emisor de valores públicos debe regirse por esta norma a los efectos de la exposición.

Tal como se expuso en el apartado 4.3.1 Normas Legales y Principales Decretos reglamentarios, el decreto 124/011 estableció las normas contables de aplicación obligatoria por parte de la mayoría de los emisores de valores públicos en los ejercicios iniciados a partir del 1º de enero de 2012, sin desmedro que se admite su aplicación anticipada y también su aplicación posterior por quienes dejan de calificar como emisores de valores públicos.

En dicho apartado, se destacaba el impacto sobre el Estado de Resultados, sustituyendo el Decreto 103//91 por la NIC 1, Presentación de Estados Financieros.

A continuación se expone el Estado de Resultados, utilizando los criterios establecidos en la NIC 1.

Estado de Resultados por el ejercicio finalizado al 31.12.20XX
Supermercado Ejemplo SA (Nota 6)

	Pesos al 31.12.20XX	Pesos al 31.12.20XX-1
Ingresos ordinarios (Nota 3.6) (Nota 7.1)		
Costo de ventas		
<hr/> Margen Bruto <hr/>		
Otros ingresos de operación (Nota 3.6) (Nota 7.1)		
Gastos de distribución		
Gastos de administración (Nota 7.2) (Nota 7.5)		
Gastos de investigación y desarrollo		
Otros gastos de operación (Nota 6.1) (Nota 7.2)		
<hr/> Resultado de actividades de la operación <hr/>		
Ingresos financieros		
Gastos financieros		
Participación en P & G de asociadas y negocios conjuntos (método de la participación) (Nota 1.5)		
<hr/> Ganancias antes de impuestos <hr/>		
Gastos por impuestos (Nota 1.4) (Nota 3.12)		
<hr/> Ganancias antes de impuestos <hr/>		
Intereses Minoritarios (Nota 1.5)		
<hr/> Ganancia o Pérdida Neta del Período <hr/>		

La Nota que debe incluirse en caso de que el Supermercado fuera emisor de valores públicos es la siguiente: “El Supermercado Ejemplo S.A. es emisor de acciones que cotizan en bolsa, por lo que amparándose en el decreto 124/011, presenta su Estado de Resultados rigiéndose por la NIC 1”.

8. Conclusiones

Nuestro trabajo monográfico nace con el objetivo de crear un posible modelo de Notas a los Estados Contables de Supermercados que satisfaga la necesidad actual de brindar a los usuarios información con el mayor detalle posible.

Los Supermercados han mostrado un crecimiento significativo en los últimos tiempos, incrementando la variedad de productos ofrecidos, ofreciendo nuevos servicios como servicios post venta, envíos a domicilio y envío de catálogo por correo electrónico, implementando planes de fidelización de clientes, mostrando una mayor preocupación por alcanzar una excelente calidad, y tomando mayor consciencia de la responsabilidad social.

Todos estos cambios implican una mayor complejidad en la operativa de los Supermercados, la que ha captado nuestra atención y por la que consideramos importante incluir ciertas revelaciones en las Notas a los Estados Contables, con el objetivo de plasmar en las mismas las particularidades que presenta esta operativa.

Sin embargo, no existe normativa contable específica para este rubro en nuestro país y tampoco internacionalmente.

Iniciamos esta investigación realizando un análisis de la normativa contable vigente, decretos del Poder Ejecutivo, pronunciamientos del Colegio de Contadores, Economistas y Administradores del Uruguay y normas emitidas por organismos estatales, estudiando párrafo a párrafo el impacto de esta normativa en el Estado de Situación Patrimonial, Estado de Resultados, Estado de Evolución del Patrimonio y Notas. Este análisis se expone en el Anexo 1 y en el capítulo 4.

Durante nuestro estudio, se procede a recopilar los Estados Contables de las principales cadenas de Supermercados de nuestro país y del mundo, constatando que la realidad actual de los Supermercados no está siendo completamente

explicitada en sus Notas. Si bien las Notas que confeccionan los Supermercados actualmente son adecuadas, a nuestro entender adicionar ciertas revelaciones que destacan particularidades de su operativa, significaría un valor agregado para el Supermercado y sus grupos de interés.

Avanzada la investigación, se procede a entrevistar a los encargados de la confección de Estados Contables de los principales Supermercados de nuestro país. Éstos consideraron que el rubro Supermercados es complejo principalmente por el gran número de transacciones diarias, gestión de los Bienes de Cambio, control de los Bienes de Uso y administración de las Deudas Comerciales.

Una de las principales particularidades de la complejidad de los Supermercados lo constituye el rubro Bienes de Cambio, que por ser muy material ya que la actividad de los Supermercados es comercializar productos de la más diversa variedad, su administración, composición y valuación debe ser cuidadosamente detallada en Notas.

A su vez, los Supermercados en los últimos tiempos han incluido en sus Bienes de Cambio a las denominadas Marcas Blancas, que constituyen artículos producidos por distintos fabricantes con los que el Supermercado negocia distribuir con la marca del propio Supermercado. Esta constituye una operativa específica al rubro en estudio, su impacto en el balance debe estar reflejado en las Notas.

Los Bienes de Uso e Intangibles constituyen un rubro de carácter significativo para los Supermercados. Su importancia hace que su valuación, definición de su vida útil, determinación de la frecuencia de las tasaciones y la definición de su deterioro, sean esenciales en la operativa del Supermercado.

Respecto a la normativa nacional, se debe tener en cuenta lo referido por la Ley N° 17.849 de Uso de Envases No Retornables y lo establecido por la Ley N° 17.657 de Establecimientos Comerciales de Grandes Superficies Destinados a la

Venta de Artículos Alimenticios y de Uso Doméstico, ya que las mismas tienen impacto en los Bienes de Uso presentes en Supermercados.

Por otro lado, también constituye una particularidad del giro el tratamiento de las Deudas Comerciales, dado que una característica de los Supermercados es el fuerte poder de negociación que poseen éstos frente a sus proveedores y el financiamiento que éstos les proporcionan, ya que son los Supermercados quienes fijan el plazo del pago y el precio. Habitualmente sucede que los Supermercados operan con Capital de Trabajo negativo, como consecuencia del financiamiento de proveedores y de que los clientes compran principalmente al contado y con tarjeta de crédito a 30 días. Este hecho debe ser revelado y explicado en Notas.

Los Programas de Fidelización de Clientes comprenden otro distintivo de los Supermercados, ya que actualmente es cada vez más notoria la lucha de los Supermercados por querer atraer, satisfacer y retener a los clientes. Existen distintas modalidades de planes de fidelización de clientes; el Supermercado debe exponer en las Notas a los Estados Contables cómo opera su plan de fidelización y cuál es su tratamiento contable, indicando si se ha seguido el enfoque del ingreso diferido recomendado por la IFRIC 13 o si se ha optado por algún otro tratamiento, fundamentándolo. En esta Nota debe indicarse si se han realizado convenios con instituciones financieras para otorgar beneficios a clientes, y cómo se han reflejado los mismos contablemente.

Por otra parte, el rubro Publicidad del Estado de Resultados presenta características especiales para los Supermercados. Por un lado, los Supermercados llevan adelante sus campañas de marketing que incluyen spots televisivos, cartelera en principales rutas nacionales, sitio web, catálogo de productos, calcomanías, sorteos de automóviles, viajes o electrodomésticos, que implican un costo de publicidad a incluir en los egresos del Estado de Resultados. Pero por otro lado, los Supermercados perciben ingresos por la publicidad que facturan mes a mes a sus proveedores por el uso de góndolas, heladeras, promociones del

proveedor en el local comercial del Supermercado, entre otras modalidades. Por consiguiente, el rubro Publicidad debe ser explicado en Notas dado que en el Estado de Resultados no figura con una apertura que otorgue al usuario una total comprensión del funcionamiento de este rubro. En las Notas se debe exponer los distintos conceptos que componen el rubro, indicando si se trata de una pérdida o una ganancia.

Otro aspecto particular que surge del Estado de Resultados y que debe ser explicado en Notas, son los costos asociados al cumplimiento de la normativa municipal y bromatológica de distintas instituciones como ser INAC, DINAMA, DINARA, Intendencias Municipales, entre otros.

Uno de los valores más ponderados por los Supermercados actualmente es la calidad, poder brindar a sus clientes productos y servicios de la mejor calidad posible. Las certificaciones de calidad están siendo cada vez más incorporadas por los Supermercados como medio para respaldar su accionar, rediseñando procesos de gestión y estableciendo nuevas políticas que logren minimizar costos, evitar ineficiencias, logrando así un alto grado de diferenciación. Estas certificaciones, generalmente reconocidas como un gasto del Estado de Resultados, deben ser expuestas en una Nota en la que se detalle el costo de las mismas, su finalidad y fecha de vigencia.

Como consecuencia de una mayor conciencia social, los Supermercados, en forma conjunta con otras empresas, han implementado planes de Responsabilidad Social Empresaria. Los mismos consisten en orientar su accionar brindando su apoyo a distintas áreas: a su personal, otorgándoles beneficios, capacitándolos, brindándoles óptimas condiciones de trabajo; a la sociedad, realizando donaciones a organizaciones de lucha contra enfermedades, entregando alimentos a personas en situación de calle; al medio ambiente: incorporando procesos que tengan el menor impacto nocivo en el medio ambiente, usando materiales biodegradables; a sus clientes, llevando a cabo campañas de marketing responsable.

Todos los costos incurridos en el programa de Responsabilidad Social deben ser expuestos detalladamente en una Nota en la que se incluyan las distintas áreas a las que se orienta el programa, las causas que lo fundamentan y los importes destinados a cada área.

Esta Nota no debería ser tan detallada si los Supermercados de nuestro país agregaran a sus Estados Contables un Reporte de Sustentabilidad. Este Estado está enfocado principalmente a informar a los grupos de interés acerca de la gestión del Supermercado, publicando el desempeño económico, social y medioambiental del mismo. Su función principal es hacer transparente las acciones relacionadas con la Responsabilidad Social Empresaria a los grupos de interés. Hemos apreciado Reportes de Sustentabilidad de Supermercados de otros países, generando éstos un importante valor agregado a los mismos. Como asignatura pendiente y como objetivo de investigación a futuras monografías dejamos el caso de la inserción de los Reportes de Sustentabilidad en los Supermercados del Uruguay.

Considerando que actualmente en un mismo Supermercado es posible encontrar una oferta cada vez más diversificada porque en un único local comercial se dispone de rotisería, panadería, carnicería, pescadería, artículos de informática, entre otros, es fundamental que los Supermercados incluyan como Nota particular la correspondiente a Segmentos de Operación.

Algunos Supermercados incorporan a su operativa la cobranza de servicios no proporcionados por el propio Supermercado. El dinero de esta cobranza no pertenece al Supermercado, siendo rendido a la empresa que brinda el servicio y percibiendo una comisión por el servicio de la cobranza. Esta operativa por cuenta y orden de terceros debe exponerse en una Nota, explicitando en qué consiste el servicio, cómo se determina la comisión y la responsabilidad de las partes.

Asimismo, algunos proveedores pactan con los Supermercados operar mediante la modalidad de consignación, entregando el proveedor mercaderías al Supermercado, pero no transfiriendo la propiedad de la misma. La transferencia de propiedad se perfecciona cuando el Supermercado vende a un tercero la mercadería recibida en consignación. La existencia de la operativa de consignación es característica de la relación entre algunos proveedores y los Supermercados. La misma debe ser explicada en una Nota en la que se explique el tratamiento contable de esta modalidad, las partes relacionadas y la responsabilidad de las mismas, el precio y el plazo de la operativa.

Como resultado final de nuestro trabajo, hemos desarrollado un posible modelo de Notas a los Estados Contables de Supermercados en el que hemos incluido las particularidades mencionadas y que consideramos puede ser aplicado en nuestro país, brindando a los grupos de interés una mayor comprensión de la complejidad del accionar de los Supermercados.

9. Materiales de referencia

Libros

- CENDOYA, Cesar. 2008. Contabilidad y Sociedades Comerciales: Contempla las nuevas disposiciones legales y reglamentarias. Séptima edición. Montevideo, Uruguay. Fundación de Cultura Universitaria
- CUNEO GATEÑO, Moris Eduardo. 2011. Temas actuales y tendencia en la administración; Responsabilidad Social Empresaria. Facultad de Ciencias Económicas y de Administración – Cátedra Administración General.
- IASC, 1989. Marco Conceptual para la Preparación y Presentación de los Estados Financieros
- “Normas contables adecuadas, Decreto 162/04 y NICs. Los elementos básicos para una adecuada presentación de estados contables.” Ernst and Young.

Documentos y monografías

SAPELLO, Martín; MILANO, María Noel, febrero 2009, IFRIC 13 Contabilización de Programas de Fidelización de Clientes, UDELAR

Direcciones web

- Acción RSE, [online] [citado 1 de Junio de 2011] www.accionrse.com.cl
- BSI Group [online] [citado 02 de agosto de 2011] <http://www.bsigroup.es/certificacion-y-auditoria/Sistemas-de->

[gestion/estandares-esquemas/Eficiencia-Energetica-EN-16001-ISO50001/](#)

- Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay, Martín Natalevich [online] [citado 15 de junio de 2011]
<http://www.cncs.com.uy/softis/0/nv/7059/>

- Carrefour Argentina, [online] [citado 9 de Agosto de 2011]
http://comunicarseweb.com.ar/download.php?tipo=acrobat&view=1&dato=1311877227_reporte-carrefour-web.pdf

- Cátedra Contabilidad Básica, UDELAR, [online] [citado 14 de junio de 2011] www.ccee.edu.uy/ensenian/catconba

- Cátedra Introducción a la Contabilidad, UDELAR, [online] [citado 23 de Julio de 2011]
http://www.ccee.edu.uy/ensenian/catcont1/material/medelos_normas.pdf

- Centros Comerciales Carrefour, [online] [citado 03 de junio de 2011]
<http://www.carrefour.es/grupo-carrefour/sala-de-prensa/noticias.aspx?tcm=tcm:5-3157>

- DERES: Responsabilidad Social Empresaria. Cuidado y Protección del Medio Ambiente [online] [citado 26 de junio de 2011]. Disponible en Internet:
<http://www.deres.org.uy/home/casos.php?tipo=1&casos=casos3&p=2>

- DERES: Responsabilidad Social Empresaria, [online] [citado 1 de junio de 2011] <http://www.deres.org.uy>

- European Commission – Environment, [online] [citado 08 de agosto de 2011] http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm

- IASB [online] [citado 7 de Junio de 2011] <http://www.ifrs.org>

- Instituto Nacional de Carnes, Uruguay. Normas Reglamentarias [online] [citado 27 de junio de 2011]. Disponible en Internet: www.inac.gub.uy/innovaportal/v/1898/1/innova.net/decreto_110/995_de_24295

- Instituto Uruguayo de Normas Técnicas [online] [citado 03 de agosto de 2011] http://www.unit.org.uy/iso9000/iso9000.php#vers_2000

- Instituto Uruguayo de Normas Técnicas [online] [citado 03 de agosto de 2011] http://www.unit.org.uy/iso14000/unit_14000.php

- Intendencia Municipal de Montevideo, Uruguay. Normativa Departamental [online] [citado 24 de junio de 2011]. Disponible en Internet: <http://normativa.montevideo.gub.uy/>

- International Organization for Standardization [online] [citado 02 de agosto de 2011] http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/management_and_leadership_standards/quality_management.htm

- International Organization for Standardization [online] [citado 03 de agosto de 2011] http://www.iso.org/iso/iso_14000_essentials

- International Organization for Standardization [online] [citado 02 de agosto de 2011] <http://www.iso.org/iso/pressrelease.htm?refid=Ref1434>

- Ministerio de Salud Pública, [online] [citado 1 de junio de 2011] www.msp.gub.uy

- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [online] [citado 02 de agosto de 2011]
<http://www.fao.org/docrep/005/y1390s/y1390s00.htm>
- PERERA, Luis. 2010. Responsabilidad Social. Chihuahua Responsable. Disponible en internet. [online] [citado 1 de junio de 2011]
<http://www.chihuahuaresponsable.com/entrevistas>
- PODER EJECUTIVO, Uruguay. 1991. Decreto 103/991, [online] [citado 14 de junio de 2011]. Disponible en Internet:
www.presidencia.gub.uy/sci/decretos
- PODER LEGISLATIVO, Uruguay. 2000. Ley N° 17.250: Defensa del Consumidor [online] [citado 23 de junio de 2011]. Disponible en Internet:
www.parlamento.gub.uy
- PODER LEGISLATIVO, Uruguay. 2003. Ley N° 17.657: Comerciales de Grandes Superficies Destinados a la Venta de Artículos Alimenticios y de Uso Doméstico [online] [citado 14 de junio de 2011]. Disponible en Internet: www.parlamento.gub.uy
- PODER LEGISLATIVO, Uruguay. 2004. Ley N° 17.849: Uso de envases no retornables [online] [citado 14 de junio de 2011]. Disponible en Internet:
www.parlamento.gub.uy
- Price Waterhouse Coopers, [online] [citado 1 de junio de 2011]
www.pwc.com/cl

- Supermercado Devoto, [online] [citado 1 de junio de 2011]
www.devoto.com.uy
- Supermercados Disco del Uruguay, [online] [citado 1 de junio de 2011]
<http://www.disco.com.uy/>
- TA-TA SA, [online] [citado 1 de junio de 2011] www.tata.com.uy/
- Teórico digital 2011 del curso de Teoría Contable Superior, [online] [citado 7 de Junio de 2011] <http://eva.ccee.edu.uy/course/view.php?id=288>
- Walmart Chile, [online] [citado 8 de Agosto de 2011]
<http://sustentabilidad.dys.cl/>