



Facultad de Ciencias Económicas y de Administración
Universidad de la República

**UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
DE ADMINISTRACIÓN**

**TRABAJO MONOGRÁFICO PARA OBTENER EL
TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO**

**Notas a los
Estados Contables en los
Medios de
Comunicación**

Por:

Lorena Vivian Langorta de León
Agustín María Marr Oberti
Matías Sebastián Vlaeminck Luzardo

Tutor:

Cr. Bolívar Gutiérrez

Montevideo
URUGUAY
2012



Página de Aprobación

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRACIÓN

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

Título

Notas a los Estados Contables en los Medios de Comunicación

Autores

Lorena Vivian Langorta de León
Agustín María Marr Oberti
Matías Sebastián Vlaeminck Luzardo

Tutor

Cr. Bolívar Gutiérrez

Carrera

Contador Público

Cátedra

Contabilidad Básica

Puntaje

.....

Tribunal

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

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

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

Fecha

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quisiéramos agradecer a nuestras familias y amigos, quienes estuvieron siempre de manera incondicional durante este largo camino.

A la Universidad de la República por brindarnos la infraestructura necesaria para llevar adelante nuestro trabajo.

A los profesionales que colaboraron con nosotros, por su buena disposición, compartiendo sus conocimientos y facilitándonos valiosa información. Destacamos al Cr. Fabricio Nossar, gerente de Administración y Finanzas de Canal 12; la Cra. María Stella Rivas, gerente de Administración y Finanzas de URSEC y el Cr. Pablo Radiccioni, director Área de Recaudación de AGADU.

También agradecer a nuestro tutor, Cr. Bolívar Gutiérrez, por habernos orientado en todos los aspectos de la monografía.

ABSTRACT

El presente trabajo pretende formular una propuesta de modelo de Notas a los Estados Contables en los Medios de Comunicación, basado en la operativa desarrollada por los canales de televisión abierta en Uruguay.

Se comienza definiendo a los Medios de Comunicación, los diferentes tipos existentes y cuáles son los organismos reguladores en nuestro país.

Se expone la normativa contable, distinguiendo la internacional de la nacional, ya sea la general o la aplicable a este ramo específicamente.

En el cuarto capítulo se definen las Notas a los Estados Contables conforme a la normativa y se detalla el modelo que presenta el Decreto 103/91.

El quinto capítulo se conforma por el objeto del trabajo monográfico, el Modelo de Notas a los Estados Contables en los Medios de Comunicación. Se exponen las Notas específicas del sector conjuntamente con las demás Notas relevantes exigidas por la reglamentación vigente.

En el capítulo seis se expone el trabajo de campo, donde se realizaron entrevistas a profesionales de entidades vinculadas al objeto de estudio.

Al término de la monografía, en el capítulo siete, se encuentran las conclusiones a las que se arribó luego del proceso de investigación y formulación del modelo.

Se busca realizar un aporte objetivo que permita informar e involucrar en la temática a los interesados.

DESCRIPTORES

Montevideo. Uruguay. Medios de Comunicación. Televisión abierta. Notas a los Estados Contables. Normativa Contable. Normativa Específica de Medios de Comunicación. Organismos Reguladores. Publicidad. Activos Intangibles.

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO 1 – INTRODUCCIÓN	1
1.1 Concepto	1
1.2 Alcance.....	1
1.3 Metodología	2
CAPÍTULO 2 – MEDIOS DE COMUNICACIÓN	3
2.1 Definición.....	3
2.2 Tipos de Medios de Comunicación.....	6
2.3 Organismos Reguladores y Normativa	13
2.4. Medios de Comunicación en el Uruguay	19
2.5 Características de los Medios de Comunicación.....	22
CAPÍTULO 3 – NORMATIVA CONTABLE.....	35
3.1 Normas Internacionales.....	35
3.1.1 IASC.....	35
3.1.2 Marco Conceptual	37
3.1.3 IASB.....	38
3.2 Normas Nacionales	40
3.2.1 Ley N° 16060	40
3.2.2 Decretos.....	41
3.2.3 Pronunciamientos	52
3.3 Normativa Específica de Medios de Comunicación	55
3.3.1 Normativa contable	55
CAPÍTULO 4 – NOTAS A LOS ESTADOS CONTABLES.....	69
4.1 Concepto	69
4.2 Notas a los Estados Contables según Decreto 103/91	70
CAPÍTULO 5 – MODELO DE NOTAS A LOS ESTADOS CONTABLES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	75
5.1 Balances y Anexos	75
5.1.1) Estado de Situación Patrimonial y Estado de Resultados.....	75
5.1.2) Anexo 1. Cuadro de bienes de uso y amortización.....	78
5.1.3) Anexo 2-Estado de Evolución del Patrimonio (en pesos uruguayos). 79	
5.1.4) Anexo 3-Estado de Flujo de Efectivo (en pesos uruguayos).....	80
5.2 Notas a los Estados Contables.....	81
5.2.1-NOTA 1) Información Básica sobre la Empresa	81
5.2.2-NOTA 2) Principales Políticas Contables	85
5.2.3-NOTA 3) Disponibilidades e Inversiones Temporarias	103
5.2.4-NOTA 4) Créditos por Ventas	104
5.2.5-NOTA 5) Otros Créditos	105
5.2.6-NOTA 6) Inversiones Largo Plazo	106
5.2.7-NOTA 7) Propiedades, Planta y Equipo.....	108
5.2.8-NOTA 8) Intangibles	110
5.2.9-NOTA 9) Deudas Comerciales	113
5.2.10- NOTA 10) Deudas Financieras.....	114
5.2.11-NOTA 11) Provisiones	115

5.2.12-NOTA 12) Ingresos	116
5.2.13-NOTA 13) Impuesto a la Renta	117
5.2.14-NOTA 14) Información por Segmento de Operaciones	119
5.2.15-NOTA 15) Hechos Posteriores	122
5.2.16-NOTA 16) Participación en la Audiencia Televisiva: Rating	122
5.2.17-NOTA 17) Partes Relacionadas	124
5.2.18-NOTA 18) Unidades Generadoras de Efectivo	128
5.2.19-NOTA 19) Internet.....	129
5.2.20-NOTA 20) Convenio ANDEBU - AGADU	131
CAPÍTULO 6 – TRABAJO DE CAMPO	132
CAPÍTULO 7 - CONCLUSIONES	136
CAPÍTULO 8 - GLOSARIO.....	139
CAPÍTULO 9 – BIBLIOGRAFÍA.....	140

CAPÍTULO 1 – INTRODUCCIÓN

1.1 Concepto

Nuestro trabajo de investigación monográfica tiene como finalidad obtener un modelo específico de notas a los estados contables para las empresas del rubro medios de comunicación. No es un trabajo aislado, sino que está enmarcado en un proyecto más amplio que abarca también la elaboración de Modelos de Notas a los Estados Contables para las actividades Comerciales, Industriales, Financieras y de Servicios. Al uniformizar tales notas, se pretende facilitar la comparación de estados contables dentro de un mismo giro comercial, y de esa forma potenciar su utilidad, colaborando con la gestión de los organismos reguladores y usuarios interesados.

1.2 Alcance

Al intentar definir nuestro objeto de estudio, pudimos comprobar que “medios de comunicación” abarca distintos ámbitos como ser: televisión, radiodifusión, cine, internet y prensa escrita.

Este trabajo se enfoca en las emisoras de televisión abierta, ya que es el medio de comunicación más importante, masivo y con mayor difusión en la actualidad.

1.3 Metodología

Nuestra investigación comienza por el análisis de la normativa contable vigente a la fecha, entendiéndose como tal a las Leyes, Decretos Reglamentarios, Marco Conceptual, Normas Internacionales de Contabilidad y de Información Financiera y sus Interpretaciones. También se tratará de estudiar normativa específica aplicable para el ramo, ya sea tanto a nivel nacional como internacional.

Posteriormente se investigará el control que realiza URSEC como organismo regulador y se indagará si el mismo es ejercido a su vez en el ámbito contable y no sólo como un regulador de contenidos y de cumplimiento de normas técnicas.

Se tomarán como ejemplo, Estados Contables de grandes cadenas televisivas del mundo y del medio local, para poder elaborar un Modelo de Notas Contables para los Medios de Comunicación.

CAPÍTULO 2 – MEDIOS DE COMUNICACIÓN

2.1 Definición

A pesar de que a diario vemos, escuchamos, leemos y, en general, estamos en contacto con diversos medios de comunicación, definirlos es una tarea compleja por la cantidad de significados y conceptos que éstos implican. Para algunos son la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje. Para otros, son un vehículo de manipulación social mediante el cual los diferentes poderes de la sociedad se hacen escuchar. También hay quienes piensan en los medios de comunicación como si de un reflejo de la sociedad del momento se tratase, como un medio gracias al cual es posible manifestar lo positivo y lo negativo de una situación o de un contexto determinado.

Los medios de comunicación son un poder innegable en la sociedad mundial de hoy, así que afirmar que alguna de las aseveraciones anteriores es falsa o verdadera sería apresurado, pues todas son sumamente relativas, dependiendo su falsedad o veracidad del contexto específico desde el cual se observen, pues todas estas afirmaciones hacen alusión a los diversos papeles que los medios cumplen hoy en día.

Sin embargo, es preciso definir a los medios de comunicación desde su condición más esencial; es decir, desde el origen de su naturaleza, pues es por intermedio de esta delimitación que es posible comprender el significado y la manera en que entendemos a los medios de comunicación.

Éstos son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político y social. Los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa, se comunica.¹

Dentro de la diversidad de medios de comunicación, los de mayor incidencia en el público son la prensa escrita, la radio y la televisión. A su vez, en el último tiempo Internet se ha integrado también a este grupo.

Los medios de comunicación se pueden clasificar de la siguiente manera:²

- 1) En función a los sentidos que utiliza el público para percibir el mensaje, los medios estarán separados en tres categorías: visuales, audibles y audiovisuales. Los diarios, los periódicos, las revistas y la cartelería de vía pública son los principales exponentes de medios visuales. La radio es el medio

¹ www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per2.htm

² Material preparado por CR. GABRIEL BARRELLA para el curso Contabilidades Especiales de UdelaR.

audible por excelencia. La televisión, el cine e Internet se ubican dentro de los medios audio-visuales.

2) En función de la existencia o no de costos pagaderos al medio para acceder a su contenido. En este sentido existen (desde el punto de vista del público) medios onerosos y medios gratuitos. Medios gratuitos son la televisión abierta, la radio, periódicos y revistas de circulación gratuita. Medios onerosos son los diarios (donde se paga el precio del ejemplar), las revistas y los periódicos (donde se paga por ejemplar o por suscripción), la TV cable, el cine y algunas páginas de Internet con acceso restringido a abonados.

Cabe señalar que los medios de comunicación se dividen, de forma general, en tres grandes grupos (según los *tipos de medios de comunicación* que engloban):³

- **Medios Masivos:** aquellos que afectan a un mayor número de personas en un momento dado. Ejemplo: televisión, radio, prensa escrita, Internet y cine.
- **Medios Auxiliares o Complementarios:** afectan a un menor número de personas en un momento dado. Ejemplo: Publicidad Exterior, Publicidad Interior y Publicidad Directa.

³ Artículo: "*Tipos de Medios de Comunicación*" I. Thompson. Julio 2006.

- **Medios Alternativos:** son aquellas formas nuevas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras. Ejemplos: faxes, carritos de compras con vídeo en las tiendas comerciales, protectores de pantallas de computadoras, discos compactos, kioscos interactivos en tiendas departamentales, anuncios que pasan antes de las películas en los cines y en los Dvd alquilados.

2.2 Tipos de Medios de Comunicación⁴



❖ TELEVISIÓN

La televisión es el medio de comunicación de mayor influencia sobre el público. Las estadísticas muestran que es el medio al que accede diariamente un porcentaje mayor de individuos, siendo éste en algunas partes del mundo superior al 90%.

En Uruguay existen tres emisoras privadas radicadas en la capital (Monte Carlo Televisión, Saeta, Teledoce) y una estatal (TNU), quienes compiten arduamente por un mercado relativamente pequeño de anunciantes, lo cual se dificulta aún

⁴ Material preparado por CR. GABRIEL BARRELLA para el curso Contabilidades Especiales de UdelaR.

más en períodos de crisis en que los presupuestos de marketing del anunciante se ven recortados.

Sus principales ventajas: buena cobertura de mercados masivos; combina imagen, sonido y movimiento, lo cual lo hace atractivo para los sentidos. Entre sus principales limitaciones se encuentran: costos absolutos elevados; saturación alta; exposición efímera, menor selectividad de público.

❖ RADIO



Es el medio audible por excelencia que tiene la posibilidad de llegar a grandes sectores del público y con la facilidad de un contacto permanente.

En Uruguay, la oferta radial está atomizada, ya que existe gran cantidad de estaciones AM y FM transmitiendo simultáneamente.

Sus principales ventajas: buena aceptación local; selectividad geográfica elevada y demográfica; costo bajo.

Sus principales limitaciones: sólo audio; exposición efímera; baja atención (es el medio escuchado a medias); audiencias fragmentadas.

Radios y TV Comunitarias

La Ley N° 18.232 reconoce a las emisoras comunitarias como un tercer sector en la radiodifusión, complementario a los medios comerciales y estatales, estableciendo una reserva de espectro de un tercio de las frecuencias disponibles en AM, FM y TV abierta, para garantizar una mayor diversidad en la propiedad de medios de comunicación. Según AMARC (Asociación Mundial de Radios Comunitarias) este hecho “constituye una de las mejores legislaciones en materia de libertad de expresión y medios comunitarios de América Latina”.

Los medios comunitarios tendrán derecho a contar con recursos económicos para: "asegurar su sustentabilidad económica, independencia y desarrollo" a cuyos efectos "podrán obtener recursos, entre otras fuentes, de donaciones, aportes solidarios, auspicios, patrocinios y publicidad".⁵

⁵ Art 10. Ley N° 18.232



❖ DIARIOS

Los diarios son medios visuales que tienen un ciclo de aparición diaria y que su mayor difusión es en la zona urbana.

El interés para el público resulta de su perfil informativo. Son el medio periodístico por excelencia y cubren a través de sus secciones un amplio espectro de noticias de acuerdo a los intereses del público local.

Sus principales ventajas: flexibilidad; actualidad; buena cobertura de mercados locales; aceptabilidad amplia; credibilidad alta. Además, son accesibles a pequeños comerciantes que deseen anunciarse.

Entre sus principales limitaciones y desventajas se encuentran: vida corta; calidad baja de reproducción; pocos lectores del mismo ejemplar físico y no es selectivo con relación a los grupos socioeconómicos.

❖ REVISTAS

En la actualidad, las revistas son el elemento más especializado de los medios masivos, lo cual se demuestra por el hecho de que su público se ha vuelto cada vez más segmentado.

La calidad de producción de una revista es altamente superior a la de diarios y periódicos. La realidad en el mercado uruguayo es que existe una gran participación de revistas extranjeras (argentinas en su gran mayoría) que están pautando una realidad del mercado de comercialización de este medio.

Sus principales ventajas: selectividad geográfica y demográfica alta; credibilidad y prestigio; reproducción de calidad alta; larga vida y varios lectores del mismo ejemplar físico.

Sus principales limitaciones: larga anticipación para comprar un anuncio; costo elevado; no hay garantía de posición.

❖ PERIÓDICOS

Este medio de prensa se diferencia de los diarios en su periodicidad. Si bien tienen una aparición a intervalos regulares de tiempo, en general su frecuencia es semanal, quincenal o mensual. Esto los distingue en cuanto a la información que

brindan. No son tanto comunicadores de noticias sino que el tratamiento periodístico de la información puede asociarse a su frecuencia de aparición. Si bien los periódicos tratan temas de actualidad, éstos deben tener un cierto grado de permanencia en el interés del lector y serán abordados con un nivel de análisis superior al de los diarios, o que éstos guardan para sus editoriales o algunos suplementos semanales.

En general los periódicos tienen un universo de lectores más específico, aunque menor en cantidad que los diarios, lo que resulta una característica a tener en cuenta al momento de efectuar una planificación de medios. Si bien en general el precio del ejemplar del periódico es superior al del diario, la menor frecuencia puede hacerlo más accesible al consumidor.

Principales ventajas: flexibilidad; actualidad; buena cobertura de mercados locales; aceptabilidad amplia; credibilidad alta. Además, son accesibles a pequeños comerciantes que deseen anunciarse.

Entre sus principales limitaciones y desventajas se encuentran: vida corta; calidad baja de reproducción; pocos lectores del mismo ejemplar físico y no es selectivo con relación a los grupos socioeconómicos.

❖ **INTERNET**

Este medio se está haciendo popular de manera muy rápida gracias al avance de la tecnología y la utilización por parte de los usuarios de manera cada vez mayor. A través de este medio de comunicación, existe la posibilidad de recibir datos precisos de cualquier tema y en cualquier lugar del mundo de forma casi instantánea. Internet es como una mezcla entre los otros medios ya que combina un estilo como el de la prensa (texto con imágenes) con sonidos y videos.

Hoy en día Internet es un medio audiovisual interactivo y selectivo, que dependiendo del tipo de producto y la audiencia al que va dirigido, puede llegar a una buena parte de los clientes potenciales a través de los siguientes elementos publicitarios: banners, botones, pop-ups y pop-unders, mensajes de texto y otros, con la finalidad de atraer a la mayor cantidad de personas interesadas.

Las ventajas de este medio son: selectividad alta; costo bajo; impacto inmediato; información global.

Entre sus principales limitaciones se encuentran: Poco control; impacto relativamente bajo; el público controla la exposición.

2.3 Organismos Reguladores y Normativa

El marco jurídico está compuesto por la Ley de Radiodifusión N° 14.670 que fija las pautas para que tanto empresas públicas como privadas estén autorizadas a poder transmitir en un medio de comunicación. Reglamentando la Ley de Radiodifusión N° 14.670 está el Decreto 734/78 que detalla las condiciones que se deben poseer para pertenecer al mercado de la comunicación. El poder ejecutivo es el encargado de autorizar las frecuencias, las que no pueden cambiar de titularidad sin su aprobación.

Otra norma importante es la Ley de Prensa N° 16.099 que regula a los interlocutores que trabajan en un medio de comunicación, tanto sus derechos como sus obligaciones.

La Ley N° 17.296 da creación a la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSEC), la cual se encarga de la regulación y el control de las actividades referidas a las Telecomunicaciones⁶.

⁶ Entendidas como toda transmisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes, sonidos o informaciones de cualquier naturaleza, por hilo radioelectricidad, medios ópticos y otros sistemas electromagnéticos y, asimismo, las referidas a la admisión, procesamiento, transporte y distribución de correspondencia realizada por operadores postales.

Las actividades que debe realizar la URSEC son las siguientes⁷:

- a) Asesorar al Poder Ejecutivo en materia de formulación instrumentación y aplicación de la política de comunicaciones;
- b) Velar por el cumplimiento de las normas sectoriales específicas;
- c) Administrar, defender y controlar el espectro radioeléctrico nacional;
- d) Otorgar:
 1. Autorizaciones precarias para el uso de frecuencias del espectro radioeléctrico nacional, así como para la instalación y operación de estaciones radioeléctricas excepto emisoras de radiodifusión.
 2. Sin perjuicio de lo anterior, cuando previa autorización genérica del Poder Ejecutivo y conforme al reglamento que dictará el mismo, se asigne el uso de frecuencias por la modalidad de subasta u otro procedimiento competitivo, podrá establecer en el llamado a interesados cuál será el plazo de la autorización y sus garantías de funcionamiento y sobre dichas bases autorizará el uso de las frecuencias.
 3. Los servicios autorizados en el literal d) 1. Estarán sometidos al contralor del autorizante, en todos los aspectos de su instalación y funcionamiento.
 - e) Controlar la instalación y funcionamiento, así como la calidad, regularidad y alcance de todos los servicios de telecomunicaciones, sean prestados por operadores públicos o privados;
 - f) Formular normas para el control técnico y manejo adecuado de las telecomunicaciones, así como controlar su implementación;

⁷ Art. 86 Ley N° 17.296

- g) Fijar reglas y patrones industriales que aseguren la compatibilidad, interconexión e interoperabilidad de las redes, incluida la red pública, así como el correcto y seguro funcionamiento de los equipos que se conecten a ellas, controlando su aplicación;
- h) Presentar al Poder Ejecutivo para su aprobación, un proyecto de reglamento y un pliego único de bases y condiciones para la selección de las entidades autorizadas al uso de frecuencias radioeléctricas conforme lo establecido en el numeral 3 del literal d) del presente artículo;
- i) Ejercer la supervisión técnica y operativa de las emisiones de radiodifusión y de televisión cualesquiera fuere su modalidad;
- j) Mantener relaciones internacionales con los Organismos de comunicaciones en cuanto a sus funciones específicas y proponer al Poder Ejecutivo la realización o asistencia a reuniones a dichos Organismos, así como los delegados;
- k) Hacer cumplir la presente ley, sus reglamentaciones, disposiciones emanadas de ella misma, y actos jurídicos habilitantes de la prestación de servicios comprendidos dentro de su competencia;
- l) Asesorar al Poder Ejecutivo respecto a los requisitos que deberán cumplir quienes realicen actividades comprendidas dentro de su competencia;
- m) Dictaminar preceptivamente en los procedimientos de concesión y autorización para prestar servicios comprendidos dentro de su competencia, los que deberán basarse en los principios generales de publicidad, igualdad y concurrencia;

- n) Preparar y presentar al Poder Ejecutivo para su aprobación, un pliego único de bases y condiciones para el dictado de los actos jurídicos habilitantes de la prestación de servicios comprendidos dentro de su competencia, al que deberán ajustarse los pliegos particulares que la Administración competente confeccione en cada caso;
- o) Dictar normas generales e instrucciones particulares que aseguren el funcionamiento de los servicios comprendidos en su competencia, con arreglo a lo establecido por las políticas sectoriales y los objetivos enunciados en los artículos 72 y 73 de la presente ley, pudiendo requerir a los prestadores y agentes de telecomunicaciones, públicos y privados, todo tipo de información para el cumplimiento de sus fines. (Redacción dada por el art. 112 de la ley 18.046 de 24 de octubre de 2006)
- p) Dictar normas técnicas con relación a dicho servicios;
- q) Controlar el cumplimiento por parte de los operadores públicos y privados, prestadores de servicios comprendidos dentro de su competencia, de las normas jurídicas y técnicas aplicables, pudiendo requerirles todo tipo de información;
- r) Recibir, instruir y resolver las denuncias y reclamos de los usuarios y consumidores respecto a los servicios comprendidos dentro de su competencia que no hayan sido atendidos por los prestadores;
- s) Proteger los derechos de usuarios y consumidores, pudiendo ejercer las atribuciones conferidas a las autoridades administrativas por la Ley N° 17.250, de 11 de agosto de 2000;

- t) En aplicación de los criterios legalmente establecidos, determinar técnicamente las tarifas y precios sujetos a regulación de los servicios comprendidos dentro de su competencia, elevándolos al Poder Ejecutivo para su consideración y aprobación. La tarifa de interconexión deberá establecerse de común acuerdo entre las partes, y si no existe acuerdo lo resolverá la Unidad Reguladora.
- u) Aplicar las sanciones previstas en los literales a. a d. del artículo 89 de la presente ley en este último caso, cuando se trate de una sanción exclusiva y dictaminar preceptivamente ante el Poder Ejecutivo para la adopción de las restantes. (Redacción dada por el art. 112 de la ley 18.046 de 24 de octubre de 2006)
- v) Promover la solución arbitral de las diferencias que se susciten entre agentes del mercado;
- w) Convocar a audiencia pública cuando lo estime necesario, previa notificación a todas las partes interesadas, en los casos de procedimientos iniciados de oficio o a instancia de parte, relacionados con incumplimientos de los marcos regulatorios respectivos;
- x) Asesorar preceptivamente al Poder Ejecutivo en materia de convenios internacionales u otros aspectos comprendidos en su competencia o conexos con ella; y
- y) Cumplir toda otra tarea que le sea cometida por la ley o por el Poder Ejecutivo.

Para el cumplimiento de sus funciones, la URSEC dispondrá, de los siguientes recursos:

- a) las tasas y precios que perciba de los operadores públicos o privados que desarrollen actividades comprendidas en su competencia;
- b) el producido de las multas que aplique;
- c) las asignaciones que le sean atribuidas por disposiciones presupuestales;
- d) los legados y las donaciones que se efectúen a su favor;
- e) todo otro que le sea asignado o que resulte de su gestión.

Hay ciertas funciones que competen directamente al Poder Ejecutivo, que son:

1. Aprobar convenios con entidades extranjeras relativos al establecimiento de telecomunicaciones;
2. Autorizar el funcionamiento de estaciones de radiodifusión (AM, FM y TV abierta);
3. Autorizar genéricamente la asignación de frecuencias por parte de la URSEC para servicios diferentes a los del literal b) por la modalidad de subasta u otro procedimiento competitivo que determinará el reglamento que aprobará el Poder Ejecutivo;
4. Habilitar genéricamente la prestación de determinados servicios de telecomunicaciones por particulares, estableciendo que no se requerirá autorización para brindarlos, sin perjuicio de la concesión de frecuencias u otros bienes escasos que pudieran requerirse; y

5. Fijar los precios que deberán abonar los concesionarios por la utilización o aprovechamiento de frecuencias radioeléctricas y demás bienes escasos necesarios para las telecomunicaciones, quedando exceptuados las estaciones de radiodifusión (AM, FM, TV abierta), manteniéndose para los mismos el régimen actualmente vigente;
6. Imponer las sanciones previstas en el literal d) cuando sea accesoria así como las previstas en los literales e) a g) del artículo 89.

2.4. Medios de Comunicación en el Uruguay

La información que puede obtenerse en nuestro medio sobre prensa escrita, televisión y radio depende en gran medida de los organismos que los regulan o asocian. Para el caso de los diarios, semanarios y revistas, al no contar con un organismo regulador, debe recurrirse a asociaciones que reúnen a las empresas o a los trabajadores como lo es OPI (Organización de la Prensa del Interior) o APU (Asociación de la Prensa Uruguaya). De todos modos, al contactarnos nos han dicho que no es posible determinar la cantidad de diarios, semanarios y revistas vigentes en nuestro país principalmente porque para estar habilitado para emitir un diario o semanario, debe solicitarse el permiso en el Ministerio de Educación y Cultura, el cual lleva registrado el número de habilitaciones emitidas pero no las bajas que se han ido produciendo en el correr del tiempo, por lo que la base de datos se mantiene desactualizada. Además, la existencia de diarios gremiales y

barriales también dificulta el conteo. Si segmentamos para simplificar y tomamos el ejemplo de Montevideo, los diarios de mayor reconocimiento como son: El País, El Observador, La República, Últimas Noticias, La Diaria, no están todos asociados a una misma organización, según nos informaron en APU, reforzando la afirmación de lo dificultoso que resulta cuantificar estos medios de comunicación.

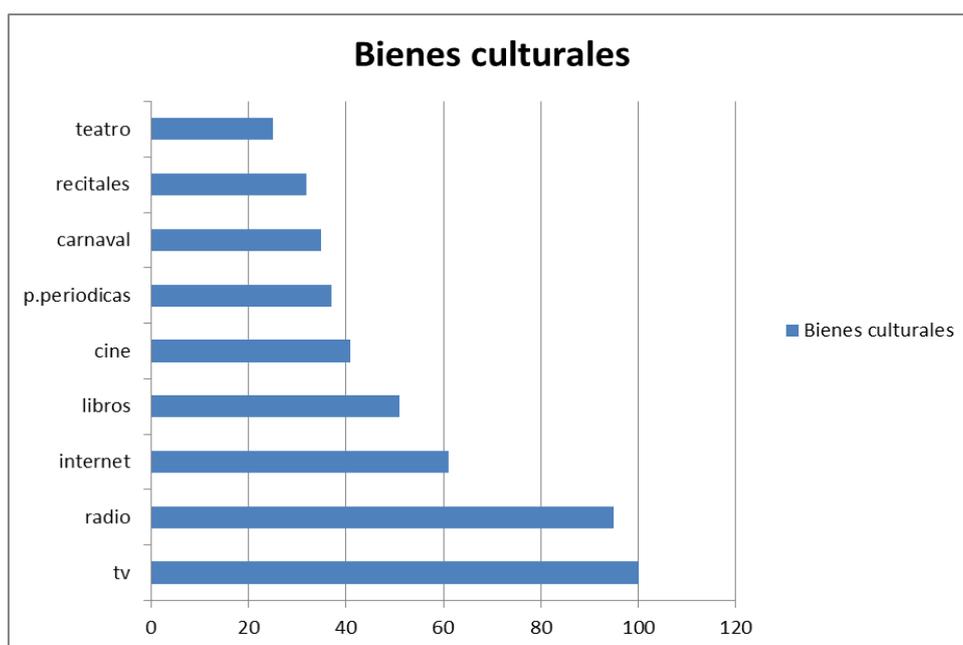
URSEC lleva control sobre las radios AM, FM, FM comunitarias, TV abierta, comunitaria y para abonados. Según la información proporcionada por este organismo, actualmente en el país hay 89 radios AM, 188 radios FM y 38 radios comunitarias. Respecto a la televisión abierta informa que hay 60 canales en todo el país, de los cuales 32 corresponden al SODRE y sus repetidores en el interior, y 102 operadores de televisión para abonados.

Nuestro país presenta el fenómeno de la concentración, que se manifiesta en la propiedad o el control de frecuencias, facturación y audiencias. Esta propiedad está en manos de los grupos titulares de las frecuencias de los canales 4, 10 y 12, quienes mantienen un oligopolio audiovisual basado en una red de medios de comunicación integrados mediante la propiedad directa (tanto individual como conjuntamente) o el control por medio de acuerdos estratégicos.

Si se mide la concentración en términos objetivos, esto es la participación que los grupos tienen en la audiencia y el porcentaje que obtienen sobre la facturación

total del mercado, en ambas variables a escala nacional se puede observar que controlan el 95,5% del mercado, porcentaje que significa una facturación de 82,5 millones de dólares sobre un valor total del mercado durante el año 2010 de 86,4 millones de dólares.

El 4,5% restante corresponde a la Televisión Nacional y a algunas emisoras del interior del país sin vínculo con estos tres grandes grupos.⁸



Fuente: “Imaginarios y consumo cultural.” Segundo informe, S. Dominzain, *et al.*

⁸ “La televisión privada comercial en Uruguay. Caracterización de la concentración de la propiedad, las audiencias y la facturación”. Edison Lanza – Gustavo Buquet.

2.5 Características de los Medios de Comunicación

Las empresas de Medios de Comunicación pueden ser tratadas como cualquier empresa comercial, pero con ciertas especificidades como ser los ingresos por publicidad, el “barter” publicitario, el tratamiento contable de las producciones y co-producciones televisivas así como el de las entrevistas y notas realizadas, los derechos de transmisión y otros ingresos diversos que se puedan obtener.

Ingresos publicitarios

Los ingresos provenientes de las publicidades representan para los Medios de Comunicación aproximadamente el 90% del total de los ingresos, siendo de esta manera su principal ingreso comercial.

En el caso de la televisión, la proporción de ingresos por publicidades sobre los ingresos totales puede diferir según la tipología televisiva.

La televisión privada abierta tiene como principal ingreso el proveniente de las publicidades. En el caso de la televisión estatal, si bien existen ingresos provenientes de anunciantes, el mayor ingreso proviene de las subvenciones otorgadas por el Gobierno.

La publicidad se realiza a través de “pautas”, las cuales son producidas por las agencias de publicidad. Es importante destacar la diferencia que existe entre los anunciantes y los clientes, ya que los primeros son los titulares de los comerciales y los segundos son los que contratan directamente con los canales de televisión.

Puede darse el caso que ambos conceptos coincidan en una misma entidad, en cambio, cuando la agencia de publicidad realiza los contactos por parte del anunciante, se habla solamente de cliente.

Las “pautas” se emiten dentro de los espacios publicitarios, que son los llamados “cortes”, pero también se puede vender publicidad en los espacios artísticos.

Cuando se cumple lo mencionado anteriormente, se le llama “artístico” o “chivo” según la jerga de este rubro, que es cuando se promociona un producto en un programa de televisión. El tratamiento de éstos, es igual que la publicidad emitida a través de los espacios publicitarios.

En Uruguay la duración de la publicidad en televisión (tandas) están reglamentadas por el Art. 29 del Decreto 734/78, el cual establece que los anuncios comerciales emitidos desde las dieciocho horas hasta el cierre de transmisión, no deben exceder en los medios del Departamento de Montevideo, de los quince minutos por cada hora de transmisión, no acumulables, y en el resto

del territorio nacional, dicho límite se incrementará en cinco minutos por hora, en iguales condiciones. No se computará dentro del tiempo publicitario expresado, el anuncio promocional de los programas de la emisora.

Existen dos criterios para determinar la modalidad del pago de dichas publicidades:

- Pago Anticipado: Se pacta un determinado monto a pagar por la publicidad a exhibir y se emite una factura por el monto total, contabilizándose dicho ingreso como un pasivo el cual se va debitando a medida que la publicidad es emitida. Esto se refleja en un contrato acordado entre las partes, con un período estipulado, el cual generalmente no excede el año de duración.
- Precio Definido: Previamente se establecen los montos a facturar por cada pauta emitida y en base a la misma, al final de cada mes se emite una factura para cobrarle al cliente, lo cual se contabiliza como un ingreso mensual. Este tipo de modalidad generalmente es aplicado a los clientes más frecuentes y con determinado privilegio y trayectoria para con la empresa.

Los precios de la publicidad se cobran por segundo y se determinan a través del horario en el cual la pauta va a ser exhibida. Se pueden diferenciar cuatro franjas horarias:

- Vespertino: comprende el segmento horario desde el inicio de la programación hasta las 17 horas.

- Tarde: se extiende desde las 17 a las 19 horas.
- Central: que abarca el horario de 19 a 23 horas. Aquí también existe el horario “Central Premium” que es para aquellos horarios con mayor rating.
- Noche: después de las 23 horas y hasta el cierre de la programación.

El *Barter* publicitario

El *Barter* o intercambio se asimila a la permuta ya que supone el intercambio de servicios y bienes por otros, sean éstos stockeables o no stockeables.

Para la televisión, el *Barter* publicitario es cuando el pago del *spot* publicitario se hace a través de bienes o servicios producto de la empresa anunciante lo cual se denomina “canje”.

También existe el llamado intercambio publicitario puro que opera cuando se intercambia publicidad por publicidad por parte de dos medios de comunicación.

En época de crisis financiera, el canje por productos era una forma muy utilizada de contratar publicidad por parte de las empresas. En la actualidad esta modalidad se sigue utilizando representando un porcentaje aproximadamente del 5% en los ingresos totales.

El tratamiento contable del canje está contemplado en el Fas 63, el cual será mencionado en la normativa específica detallada más adelante. Es también abordado por la SIC 31.

Producción y Co-Producción de Programas

Los canales de televisión pueden realizar íntegramente sus programas de televisión o pueden producir en conjunto con una empresa productora de contenidos.

En el caso de la producción, todos los factores empleados son los pertenecientes al canal, y en la co-producción la productora se encarga del espacio artístico mientras que el canal se encarga de la emisión.

Notas y Entrevistas realizadas

Si bien los canales de televisión tienen un material histórico de entrevistas y notas realizadas a lo largo del tiempo, las mismas no son activadas ya que no se pueden medir de forma fiable los ingresos futuros que se obtendrían. El Art.31 del Decreto 734/78 indica por cuánto tiempo se deben tener a disposición de la Dirección Nacional de Comunicaciones dichas grabaciones, siendo diez días hábiles para programas en idioma extranjero y cinco días hábiles para

informativos y comentarios, entrevistas, polémicas o dialogados que contengan opinión sobre la política y la problemática nacional e internacional.

Derechos de transmisión

Los derechos de exhibición son tratados como intangibles y como tales son amortizados, en este caso, en forma lineal, basados en la cantidad de emisiones que se puedan realizar según el contrato celebrado.

Éstos se pueden dividir en cuatro categorías:

- Derechos-Series: comprenden a las series compradas para exhibir, así como también los teleteatros.
- Derechos-Largometrajes: son las películas adquiridas.
- Derechos-Servicios de Noticias: aquellos noticieros que complementan los locales y son emitidos por el canal de televisión.
- Derechos-Especiales: contemplan casos específicos como ser los derechos para transmitir los premios “Oscar”.

Cuando un canal quiere adquirir una película o una serie, lo más común es que tenga que comprar un paquete que los incluya, obteniendo por lo tanto otros materiales que no buscaba específicamente, denominados “enlatados”.

Ingresos Diversos

Si bien los principales ingresos de los canales de televisión provienen de las publicidades, existen otros que son agrupados dentro de Ingresos Diversos, algunos de los cuales son:

- Ingresos por mercadería de reventa: esto sucede cuando una vez realizado un canje quedan excedentes de productos, los cuales son vendidos entre los funcionarios del canal.
- Arrendamiento de espacios artísticos: cuando el canal arrienda un horario de programación por un determinado monto sin tener que estar involucrado con el arrendatario.
- Arrendamiento de equipos: ocurre, por ejemplo, cuando se alquila un móvil satelital.
- Ingresos por venta de programación: cuando un canal de televisión vende a una compañía de televisión por cable su programación para que ésta la emita.

Costos específicos

AGADU

AGADU, Asociación General de Autores del Uruguay, es una institución sin fines de lucro, fundada en el año 1929 con el objetivo de defender y proteger los

derechos morales y patrimoniales de los autores. En la actualidad se mantienen los mismos objetivos, alcanzando a autores nacionales y extranjeros en lo referente a repertorio musical, obras dramáticas y pinturas principalmente.

Existen actualmente muchas organizaciones como AGADU situadas en distintos países, las cuales trabajan en forma conjunta intercambiando información y recaudaciones económicas que son volcadas a los autores asociados a cada una de ellas.

Una característica singular de AGADU es que integra otras organizaciones. Es el caso de CUD (Cámara Uruguaya del Disco) y SUDEI (Sociedad Uruguaya de Artistas Intérpretes), las cuales emplean la infraestructura de AGADU para obtener sus ingresos y de esa manera lograr mayores beneficios que trabajando individualmente, ya que estarían soportando mayores costos administrativos.

AGADU permite nuclear a los autores y sus obras de manera de operar en forma colectiva. Esta gestión colectiva “constituye el núcleo central que permite la protección efectiva de los derechos patrimoniales de los autores, cuya administración se haría imposible si debieran actuar individualmente. En la gestión colectiva también están interesados los usuarios de las obras, quienes deben acudir a organizaciones que efectivamente representen un repertorio significativo y cuenten con las facultades necesarias para otorgar las licencias para la utilización de su repertorio, mediante el pago de las remuneraciones conforme a

los aranceles establecidos. En caso contrario los usuarios o clientes de las obras no contarían con las autorizaciones correspondientes para actuar en forma legal”.⁹

El fundamento legal del accionar de esta asociación es la Ley de Derecho de Autor y Derechos Conexos N° 17.616, la cual fue homologada el 10 de enero de 2003 e introdujo modificaciones a la Ley N° 9.739 de Derecho de Autor y el Decreto Reglamentario 154/004, aprobado el 3 de mayo de 2004. Derecho de Autor es el derecho que poseen los autores y colaboradores sobre su obra y “comprende la facultad exclusiva del autor de enajenar, reproducir, distribuir, publicar, traducir, adaptar, transformar, comunicar o poner a disposición del público las mismas, en cualquier forma o procedimiento”,¹⁰ mientras que los derechos conexos refieren a los derechos que poseen los titulares de los soportes físicos donde se almacena y comercializa la obra. Un ejemplo es el caso de las empresas discográficas. Los derechos conexos son recaudados por AGADU y volcados a CUD y SUDEI.

Para comprender cuándo operan los derechos de autor y conexos, podríamos considerar dos eventos distintos: recitales en vivo; programas de radio. En el primer caso opera el derecho de autor únicamente, sea el autor el que esté interpretando las canciones o un intérprete y AGADU verificará el repertorio para hacer llegar lo correspondiente a los autores y verificará en que asociación están inscriptos, de manera de realizar la transferencia si así lo requiere la situación. En

⁹ www.agadu.org

¹⁰ Ley N° 17.616. Art. 2.

el ejemplo de programas de radio, operarán conjuntamente los derechos de autor y conexos, ya que se está empleando un soporte físico como es el disco compacto para transmitir la música.

De esta manera queda establecido que es una obligación legal, pagar a AGADU toda vez que se reproduzca o interprete una obra registrada y protegida por el derecho de Propiedad Intelectual. Los medios de comunicación están obligados principalmente por la música que emplean, así como cualquier otra entidad que utilice una obra para transmitir a los demás. Si se desea organizar un evento o fiesta, debe abonarse a AGADU. De igual forma están comprendidas las discotecas, las empresas que tienen música de espera en sus teléfonos, los supermercados que utilizan la música para ambientar, bares y restaurantes entre otros. La diversidad de sujetos pasivos lleva a preguntarse cómo es que esta asociación logra controlar y medir a cada uno de los obligados. Al entrevistar al director del Área de Recaudación, el Cr. Pablo Radiccioni, nos comentó que hay diversas maneras de controlar, las que varían en función del tipo de obligado y de la actividad que desarrolla. A una discoteca se le aplica un porcentaje sobre la venta de entradas en cada noche, igualmente a los recitales lo que obliga a los cobradores a recorrer los diversos establecimientos. Para los supermercados, sería irracional aplicar un porcentaje sobre sus ventas por lo que consideran el tamaño del local comercial y aplican un precio por metro cuadrado. Para fiestas privadas, los aranceles varían según la cantidad de personas y el tamaño y ubicación del

local. Luego lo recaudado tendrá básicamente dos fines: sustentar los costos administrativos de AGADU y remunerar a los socios.

Los canales de televisión presentan un caso particular. Al no haber encontrado un acuerdo entre las partes respecto a la forma en la cual AGADU cobraría por el uso de los derechos de autor y conexos, se debió recurrir a un árbitro que mediara entre las partes. Este medio de comunicación se encuentra agremiado en ANDEBU (Asociación Nacional de Broadcasters Uruguayos). Fue así que en el año 2007 se pactó un acuerdo que estará vigente hasta el 2013 en el cual se estableció un monto fijo de \$ 792.000.000, el cual se ajusta semestralmente por IPC, y se le aplica un porcentaje mensual que varía anualmente, comenzando en el 2007 con 0,90% y culminando en el 2013 con 1,6%. Actualmente para el Año 2012, el monto imponible está en \$ 1.120.000.000 y la tasa en 1,50%, lo que arroja un arancel anual y total de \$ 16.800.000 a repartirse entre todos los canales.

El convenio anterior se había pactado en junio de 1992. El 90% de los ingresos que AGADU percibe por este convenio, provienen de los canales de televisión abierta privados de Montevideo (Canal 4, Canal 10 y Canal 12) siendo el restante 10% proveniente de los quince canales de televisión abierta del interior. Televisión Nacional de Uruguay (Canal 5) no está incluida en este convenio.

URSEC

La URSEC representa únicamente un costo para los operadores de televisión para abonados, los cuales deben pagar semestralmente por medio de declaración jurada, la denominada tasa de control del marco regulatorio (TCMR) que es el 3% (tres por mil) mensual de sus ingresos brutos provenientes de servicios de comunicaciones.

Esta tasa se encuentra establecida por medio de la Ley N° 17.820 de setiembre de 2004, siendo modificada en su artículo segundo a través de la Ley N° 17.930 de diciembre de 2005 y regulada a través de la Resolución N° 49 de marzo del 2007.

Los sujetos pasivos no están obligados a presentar balance fiscal o declaración de ingresos a URSEC y tampoco existe cruzamiento de datos con la Dirección General Impositiva. Se exige mediante el Artículo 16 del Decreto 115/003 con las modificaciones del Decreto 085/009 del 17/02/2009 que “todo titular de una licencia, cuyo objeto social admita otras actividades distintas a la prestación de servicios de telecomunicaciones, deberá tener para estas últimas, un régimen de separación de cuentas y de contabilidad de costos acorde a las pautas y criterios que establezca oportunamente la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones”.

Según nos informó la Cra. María Stella Rivas, gerente de Administración y Finanzas de la URSEC, el organismo exige información contable únicamente cuando se solicita una nueva frecuencia, de manera de poder determinar si el solicitante posee solvencia económica. Según el Decreto 115/003 al solicitar una nueva frecuencia, para el caso de personas jurídicas se debe presentar “balance o estado patrimonial correspondiente al último ejercicio anual cerrado, certificado por Contador Público”.

CAPÍTULO 3 – NORMATIVA CONTABLE

3.1 Normas Internacionales

3.1.1 IASC

En junio de 1973 nace en Londres el Comité de Normas Internacionales de Contabilidad-IASC (*International Accounting Standard Committee*).

Los objetivos de este organismo fueron plasmados en su constitución, los cuales son:

- a) Formular y publicar, buscando el interés público, normas contables que sean observadas en la presentación de los estados financieros, así como promover su aceptación y observación en todo el mundo, y
- b) Trabajar, de forma general, para la mejora y armonización de las regulaciones, normas contables y procedimientos relacionados con la presentación de los estados financieros.

Participaron profesionales contables pertenecientes a Alemania, Australia, Canadá, Estados Unidos, Francia, Holanda, Japón, México, Reino Unido e Irlanda. Desde 1983 el IASC estaba constituido por todas las organizaciones de profesionales contables que a su vez son miembros de la Federación Internacional

de Contadores (IFAC). A enero de 1999 contaba con 142 miembros en 103 países, representando a más de dos millones de profesionales contables. Este instituto se encargó de emitir y promocionar el uso y aplicación de las Normas Internacionales de Contabilidad llamadas IAS (*International Accounting Standard*), en castellano (NIC). En el año 2001 fue sustituido por el IASB (*International Accounting Standard Board*).

La creación de las normas internacionales de contabilidad, requiere de un proceso con diversas etapas que van siendo contempladas, llegando a un borrador sujeto a revisión por parte del Consejo del organismo. Dentro de este proceso, surge en 1997 el Comité de Interpretaciones, con la finalidad de tratar los problemas contables que podrían surgir debido a la ausencia de una guía de aplicación de las NIC. Las interpretaciones son publicadas conjuntamente con las correspondientes normas.

El IASC también ha publicado un marco conceptual para la preparación y publicación de estados financieros.

3.1.2 Marco Conceptual

El marco conceptual para la preparación y presentación de los estados financieros abarca los siguientes temas:

- a) el objetivo de los estados financieros;
- b) las características cualitativas que determinan la utilidad de la información de los estados financieros;
- c) la definición, reconocimiento y medición de los elementos que constituyen los estados financieros; y
- d) los conceptos de capital y de mantenimiento del capital.¹¹

Es una guía teórica sobre la normativa contable, que ha sido elaborada por el IASC con el propósito de ayudar a las partes involucradas en los estados financieros, así como al desarrollo y revisión de las NICS y guiar en la normativa a los distintos gobiernos nacionales.

Para los emisores de la información, establece dos hipótesis fundamentales a considerar: base de acumulación o devengo y negocio en marcha. A su vez, enumera las características cualitativas que deben tener los estados financieros y define los elementos que lo integran y su forma de medirlos.

¹¹ Párrafo 5, Marco Conceptual.

Para los usuarios de la información, la uniformidad y homogeneidad que pretende el marco teórico es de importancia para evaluar y comparar la información financiera, de manera de facilitar la toma de decisiones.

El mismo marco explicita que no es una norma internacional de contabilidad y en caso de discrepancia con tales normas, no debe ser tenido en cuenta.

Según el marco conceptual, “un conjunto completo de estados financieros comprende un balance, un estado o cuenta de resultados, un estado de cambios en la posición financiera (que puede ser presentado en varias formas, por ejemplo como un estado de flujos de efectivo o un cuadro de financiación), así como unas notas, estados complementarios y otro material explicativo que forma parte integrante de los estados financieros”.¹²

3.1.3 IASB

En el año 2000 el IASC replantea sus objetivos considerando las carencias de información brindada por las empresas que participaban en los mercados de capitales. Es así que en abril de 2001 surge el IASB, el cual dispuso adoptar como normas admitidas las NIC publicadas por el IASC mientras no sufran modificaciones. Se le cambió la denominación por *International Financial*

¹² Párrafo 7, Marco Conceptual.

Reporting Standard (IFRS); en castellano, Normas Internacionales de Información Financiera (en adelante NIIF).

El IASB tiene como objetivos:

- 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.

El Comité de Interpretación es también modificado, pasándose a denominar IFRIC, *International Financial Reporting Interpretations Committee*, el cual basándose en el Marco Conceptual, se encarga de revisar y emitir interpretaciones de las NIIF para su aprobación, y de contemplar los problemas sobre la información financiera.

Podemos concluir que las NIC, NIIF y SIC (interpretaciones de las anteriores) son el resultado de estos organismos con cooperación internacional. Comprenden los criterios técnicos para la preparación y presentación de los estados financieros y serán introducidos en la normativa de cada país a través de su ordenamiento legal.

3.2 Normas Nacionales

A continuación expondremos la normativa contable en nuestro país, ordenada jerárquicamente, siendo las leyes las de mayor alcance, luego los decretos que se encargan de reglamentar las leyes y por último están los pronunciamientos emitidos por el Colegio de Contadores, Economistas y Administradores del Uruguay.

3.2.1 Ley N° 16060

Publicada en Noviembre de 1989, la Ley N° 16.060 “Ley de Sociedades Comerciales, Grupo de Interés Económico y Consorcios”, determina que “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”.¹³

Los estados contables que se indican deben ser compuestos por al menos los siguientes elementos:

- a) El inventario de los diversos elementos que integren el activo y pasivo social a dicha fecha.

¹³ Artículo 88, inciso 2, Ley N° 16.060.

- b) El balance general (estado de situación patrimonial y de resultados).
- c) La propuesta de distribución de utilidades, si las hubiera.

Dentro del estado de situación patrimonial, incluye a las notas como parte integrante del mismo, señalando que deberán indicar “los criterios empleados para la evaluación 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”.¹⁴

La última Rendición de Cuentas, modifica el Art.89 de la Ley N° 16.060, estableciendo que los Estados Contables deberán ser elaborados y presentados de acuerdo a normas contables adecuadas, y según el Art.91, la reglamentación se encargará de establecerlas.

3.2.2 Decretos

Los siguientes decretos se seleccionaron debido a su vinculación con el objeto de estudio y se exponen acorde al orden cronológico en el cual han sido

¹⁴ Artículo 89, inciso 2, Ley 16.060

promulgados. Cada decreto indica, además de su contenido, si modifica o deroga total o parcialmente a decretos antecesores.

Decreto 103/91

Tiene como objetivo la presentación de “estados contables uniformes para así mejorar la información de las empresas, evitando la heterogeneidad de criterios en la presentación de los mismos, facilitar su comparación y perfeccionar el análisis de los estados contables, tanto por parte de los directores o propietarios en su utilización interna en la empresa como por otros terceros interesados”.

El decreto es aplicable a las sociedades comerciales con objeto industrial, comercial, agropecuario y de servicios, por lo cual es aplicable a nuestro objeto de estudio.

Los estados contables uniformes serán:

- Estado de situación patrimonial;
- Estado de Resultados;
- Anexos;
- Notas.

Los Anexos son:

1. Bienes de Uso, Intangibles, Inversiones en Inmuebles, Amortizaciones.

2. Estado de Evolución del Patrimonio.
3. Estado de Origen y Aplicación de Fondos.

Las Notas a los Estados Contables se dividirán en:

1. Información básica de la empresa.
2. Principales políticas contables.
3. Información referente a activos y pasivos.
4. Hechos posteriores.
5. Criterios aplicados para la determinación del beneficio.
6. Bienes de terceros y contingencias.

Además establece qué es lo que se debe exponer en cada rubro y en cada nota y presenta un modelo general de estados contables.

Decreto 105/91

Este decreto indica que “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 patrimonial, económica y financiera de un ente”.

Se aprueban como normas contables adecuadas de aplicación obligatoria las normas internacionales de contabilidad 1, 2, 4, 5, 7, 8, 9 y 10 con ciertas salvedades a tener en cuenta al momento de aplicarlas.

Decreto 200/93

El decreto 200/93 complementó las disposiciones del 105/91, estableciendo como Normas Contables Adecuadas de aplicación obligatoria las NIC 11, 12, 13, 14, 16, 17 y 18, con ciertas salvedades.

Decreto 162/04

Tomando en consideración que los Decretos 105/91 y 200/93 (los cuales son derogados en el Art.7 del presente decreto) habían aprobado una serie de Normas Internacionales de Contabilidad, y que resulta conveniente que las mismas sean de aplicación en Uruguay ya que existe un proceso de integración, globalización de las economías y el alto grado de aceptación internacional de las mismas, el Decreto 162/04 indica en su Art.2, que las normas contables adecuadas de aplicación obligatoria son las NIC emitidas por el IASB vigentes a la fecha de publicación del presente decreto.

También establece como obligatoria la presentación del Estado de Origen y Aplicación de fondos y se podrá optar por el concepto de fondos igual a capital de trabajo o efectivo y equivalente.

En caso de situaciones no comprendidas en las normas de aplicación obligatoria, indica que se tendrá como referencia a la doctrina más recibida y en caso de duda de interpretación, se tomará como referencia lo establecido 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.

Decreto 222/04

Modifica el Decreto 162/04, determinando que será de aplicación obligatoria la Norma Internacional N° 7 en caso que se opte por el concepto de fondos igual efectivo y equivalente.

Otro punto a destacar es que en caso de dudas en la interpretación de las Normas Contables, además del Marco Conceptual, se deberá tomar en cuenta las interpretaciones de las Normas Internacionales de Contabilidad emitidas por el Comité de Interpretaciones.

Decreto 90/05

El presente decreto agrega a los Decretos 162/04 y 222/04 que se considerarán Normas Internacionales de Contabilidad las traducidas oficialmente al idioma español, aprobadas por el IASB o por su antecesor el IASC, publicadas por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos e insertas en la web de la Auditoría Interna de la Nación (AIN).

Asimismo establece que en el primer ejercicio en el cual se aplique el Decreto 162/04 y modificativos, los Estados Contables se podrán confeccionar según la NIIF 1 emitida por el IASB.

En caso de no aplicarla se deberá:

- a) 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 se genere en el Patrimonio como consecuencia de dichos ajustes se expondrá en el Estado de Evolución del Patrimonio como modificaciones a los saldos iniciados. A efectos de presentar dentro del patrimonio la diferencia antes mencionada, se ajustarán las Ganancias Retenidas o los Ajustes al Patrimonio, según corresponda. En caso de que no pueda discriminar el ajuste entre Ajustes al Patrimonio o Ganancias Retenidas, se imputará a los saldos iniciales de Ajustes al Patrimonio.
- b) Presentar una nota o anexo explicativo conciliando las diferencias existentes entre los Estados Contables correspondientes al último ejercicio presentado de acuerdo a la normativa anterior y los preparados a efectos del comparativo.

A los efectos de ser el primer ejercicio en que se aplican las disposiciones del Decreto 162/04, podrá optarse por no realizar una presentación comparativa del

Estado de Resultados, el Estado de Origen y Aplicación de Fondos, Anexos y Notas a los Estados Contables.

Se deberá expresar en Nota a los Estados Contables:

- a) Que es el primer ejercicio en que han sido aplicadas las normas establecidas en el Decreto N° 162/04 y sus modificativos.
- b) Los procedimientos seguidos para presentar o no la información comparativa referida por las Normas Internacionales de Contabilidad.

Decreto 266/07

En su Artículo 1°, aprueba como normas contables adecuadas de aplicación obligatorias las NIIF adoptadas por el IASB a la fecha de publicación del presente decreto. Las normas son:

- 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.

Se seguirá utilizando la estructura básica establecida por el Decreto 103/91, adaptándolos a la presentación de información comparativa requerida por las normas referidas en el Art.1 del decreto.

Los estados básicos comprenden:

- a) Estado de situación patrimonial.
- b) Estado de resultados.
- c) Estado de origen y aplicación de fondos.
- d) Estado de evolución del patrimonio.
- e) Notas a los estados contables.

Decreto 99/09, Decreto 135/09, Decreto 283/09 y Decreto 65/10

El Decreto 99/09 (modificado por el 65/10) en su Artículo 1° establece que “todas las entidades deberán ajustar sus estados contables para reflejar las variaciones en el poder adquisitivo de la moneda si cumplen al menos una de las siguientes condiciones:

- 1. Sean emisores de valores de oferta pública.
- 2. Sus ingresos operativos netos anuales superan las UR 200.000.

3. 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.
4. Sean sociedades con participación estatal (Artículo 25 de la Ley N° 17.555 de 18 de septiembre de 2002).
5. Sean controlantes de, o controladas por, entidades comprendidas en los numerales anteriores”.

Si cumple al menos una de las condiciones enumeradas anteriormente y la moneda funcional es el peso uruguayo, deberá ajustar sus estados contables de acuerdo a la NIC 29.

Si las entidades no están comprendidas en el Art.1°, no será obligatorio ajustar en forma integral sus estados contables, no pudiendo realizar ningún ajuste parcial en los ejercicios iniciados a partir del primero de enero del 2009, debiendo tomar como saldos iniciales los que surjan del ejercicio anterior.

Establece que el índice general de precios a utilizar será el índice de precios al consumo elaborados por el INE.

El Decreto 135 (modificado por el Decreto 283/09 y 65/10) define qué entidades constituyen emisores de estados contables de menor importancia relativa. En el

Art.2, establece que dichas entidades deberán aplicar las NIIF comprendidas en el Art.1 del Decreto 266.

Decreto 146/09

Este decreto indica que en el caso de los deudores, deberán indicar los criterios de valuación a los efectos de estimar el valor de los bienes y derechos incluidos en el Art.7, Numeral 2, de la Ley N° 18.387.

Los mismos deben presentar los Estados Contables (ya sean deudores organizados o no) según las normas contables adecuadas y en caso de haber contratado auditoría externa deberá adjuntar a los mismos los informes correspondientes.

En caso que no se cuente con informes de auditoría se deberá adjuntar el informe emitido por el contador público, exigido por la Dirección General Impositiva y la Auditoría Interna de la Nación al momento de registrar los estados contables.

Decreto 538/09

Las entidades que presenten estados contables consolidados, también deberán presentar los estados contables individuales, los cuales se pueden presentar en el mismo documento o por separado.

Los estados contables consolidados y los individuales conformarán el conjunto de información económica y financiera que deberán ser considerados por los accionistas.

Decreto 37/10

Menciona que en los casos en que existan discrepancias sobre la presentación de estados contables, entre el Decreto 103/91 y los Decretos 266/07, 99/09, 135/09, 283/09 y 538/09, primarán estos últimos.

Será de aplicación requerida, sin perjuicio de lo antedicho, los criterios de clasificación de los activos y pasivos corrientes y no corrientes, y de los gastos por función como se establece en el Decreto 103/91.

Decreto 124/11

Enumera cuáles son las normas contables adecuadas de aplicación obligatoria para emisores de valores de oferta pública excluidas las instituciones de intermediación financiera y los entes autónomos y servicios descentralizados.

Las mismas son las NIC, NIIF e interpretaciones, así como el marco conceptual en los casos que corresponda; y serán obligatorias una vez iniciados los ejercicios a partir del 1° de enero de 2012.

No serán de aplicación para estas instituciones los Decretos 103/91, 99/09 y 538/09.

Decreto 387/11

Se modifica el Art. 25 del Decreto 734/78, obligando a las empresas de telecomunicaciones a poner en conocimiento público, el nombre de sus titulares

durante su transmisión diaria dentro de sus horarios centrales e informativos, así como en las páginas web respectivas. En el caso de que se tratare de una persona jurídica se deberá especificar además de la razón social, el nombre de todos los integrantes de la sociedad que posean como mínimo el equivalente al 2% del capital social.

Decreto 773/12

El reciente decreto deja sin efecto la aplicación preceptiva del ajuste a los Estados Contables a que refiere el Art. 1 del Decreto 99/009 con la redacción dada por el Art. 2 del Decreto 65/010, la cual obligaba a determinados emisores de Estados Contables a aplicar la NIC 29.

3.2.3 Pronunciamientos

Los pronunciamientos son emitidos por el Colegio de Contadores, Economistas y Administradores del Uruguay y forman parte de la normativa contable de nuestro país.

En Uruguay la afiliación a dicho Colegio es voluntaria por lo cual no es un verdadero colegio y no cuenta con la delegación de autoridad por parte del Estado para constituirse como tal. Los pronunciamientos poseen menor jerarquía que los decretos reglamentarios, sin embargo es valorado el aporte técnico que realizan.

Actualmente hay 10 pronunciamientos vigentes ya que de los 19 que conforman el total de pronunciamientos emitidos por el Colegio, los primeros tres han sido derogados por el Pronunciamiento N° 9, el cuarto por el N° 10 y los Pronunciamientos N°s. 7, 8, 9, 13 y 17 por el Pronunciamiento N° 18.

El Pronunciamiento N° 10 - Fuentes de Normas Contables para la presentación de Estados Contables-, establece que el Estado de Origen y Aplicación de Fondos y el Estado de Evolución del Patrimonio, deben ser incluidos dentro de los Estados Contables Básicos y que éstos “son aquellos que en determinado tiempo y lugar 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”.¹⁵

Entiende por Normas Contables: “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”.¹⁶

¹⁵ Punto 1.2, párrafo 2, Pronunciamiento N°10 CCEAU.

¹⁶ Punto 1.3, Pronunciamiento N° 10 CCEAU.

También indica cuáles son las fuentes de las normas contables, ordenándolas de mayor a menor jerarquía, siendo éstas:¹⁷

1. Los pronunciamientos del Colegio de Doctores en Ciencias Económicas y Contadores del Uruguay, emitidos con el asesoramiento de sus comisiones especializadas y aprobados por el Consejo Directivo.
2. 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.
3. En los casos no previstos en las normas obligatorias incluidas en los numerales precedentes, se tendrá 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 sus antecesora, las Jornadas Rioplatenses de Ciencias Económicas; y los pronunciamientos de organismos profesionales de otros países.

¹⁷ Punto 2, Pronunciamiento N°10 CCEAU.

El Pronunciamiento N°11- Normas Contables Internacionales Obligatorias y Optativas, con vigencia desde abril de 1990-, enseña cuáles son las NIC de uso obligatorio y cuáles no lo son. Como obligatorias incluye desde la NIC 1 a la 20 y optativas la NIC 7,12, 14 y 19. Las normas internacionales han aumentado desde la fecha de vigencia de este pronunciamiento, las cuales fueron incorporadas en nuestra reglamentación a través de los decretos expuestos anteriormente en el presente trabajo.

3.3 Normativa Específica de Medios de Comunicación

3.3.1 Normativa contable

Analizada la normativa contable vigente en nuestro país, se pudo constatar que ninguna hace referencia a los medios de comunicación específicamente. Existen normas de interpretación que tratan sobre temas que se pueden vincular con la temática de estudio en cuestión.

SIC 31 Ingresos - Permutas de servicio de publicidad

Es una norma emitida por el Comité de Interpretaciones (SIC) en diciembre del 2001 y complementa la NIC 18 Ingresos Ordinarios.

La SIC 31 establece que una entidad puede vender servicios publicitarios a cambio de recibir otros servicios publicitarios de su cliente.

Puede suceder que no se intercambien ningún tipo de contrapartidas o bien el intercambio puede ser por importes iguales o similares de efectivo u otras contraprestaciones.

Según la NIC 18 quien proporciona servicios publicitarios en el curso de sus actividades ordinarias, reconocerá los ingresos por permuta de servicios de publicidad cuando los servicios intercambiados sean diferentes y el importe de ingresos pueda ser medido fiablemente. Esta interpretación sólo se aplica a un intercambio de servicios publicitarios diferentes ya que el intercambio de servicios publicitarios similares no es una transacción que genere ingresos ordinarios según la NIC 18.

Los ingresos ordinarios por una permuta de servicios publicitarios no pueden ser medidos fiablemente según el valor razonable de los servicios publicitarios recibidos. Sin embargo, quien proporciona los servicios puede medir de forma fiable los ingresos según el valor razonable de los servicios publicitarios que proporciona en contraprestación, únicamente por referencia a transacciones que no sean permutas, y que:¹⁸

- (a) conlleven publicidad similar a la publicidad permutada;
- (b) sucedan frecuentemente;

¹⁸ Párrafo 5, SIC 31.

- (c) representen un número significativo de transacciones e importe cuando se las compara con todas las transacciones que proporcionan publicidad similar a la permutada;
- (d) involucren efectivo u otra forma de contrapartida (por ejemplo, títulos cotizados, activos no monetarios, y otros servicios) que tenga un valor razonable que se pueda medir de forma fiable; y
- (e) no se realicen con la misma contraparte de la permuta.

Como estas normas son insuficientes para poder realizar un modelo general de Notas Contables, recurrimos al material académico proporcionado por la cátedra de Contabilidades Especiales sobre nuestro tema de estudio.

En el citado material se explica que para llenar el vacío de normas contables sobre los medios de comunicación, se puede recurrir a los pronunciamientos de organismos profesionales de otros países.

Considerando que Estados Unidos es el país con la industria televisiva y de medios de comunicación más importante del mundo, esto se ve reflejado en la evolución de la normativa contable correspondiente.

SIC 29 Interpretación. Información a Revelar—Acuerdos de Concesión de Servicios

Esta norma de interpretación trata sobre la concesión de servicios que una entidad pública o privada puede proporcionar a otra entidad permitiéndole acceso público a importantes recursos económicos y sociales. Se basa en la NIC 1 Presentación de Estados Financieros, NIC 16 Propiedades, planta y equipo, NIC 17 Arrendamientos, NIC 37 Provisiones, Activos Contingentes y Pasivos Contingentes y NIC 38 Activos Intangibles. Dentro de los ejemplos que cita la norma como acuerdos de concesión de servicios se encuentran las redes de telecomunicaciones.

Según la SIC 29, un acuerdo de concesión de servicios implica, por lo general, la transferencia por parte del concedente, de la concesión al operador durante el periodo que dura ésta: ¹⁹

- (a) del derecho a proporcionar servicios que dan acceso público a importantes recursos económicos y sociales, y
- (b) en algunos casos, el derecho a usar ciertos activos especificados, bien sean tangibles, intangibles o financieros.

A cambio de lo anterior, el operador:

- (c) se compromete a proporcionar los servicios de acuerdo con ciertos plazos y condiciones durante el periodo de concesión, y
- (d) en su caso, se compromete a devolver, al término del periodo de concesión, los derechos que ha recibido a su comienzo o que ha adquirido durante el periodo de duración de la misma.

¹⁹ Párrafo 2, SIC 29.

De esta manera se entiende que la característica común en los acuerdos de concesión es que el operador recibe el derecho de explotar un servicio y, a su vez, asume obligaciones.

El problema que intenta resolver la presente norma de interpretación es la información que deben revelar ambas partes de estos acuerdos en sus notas a los estados financieros.

De esta manera, indica que debe revelarse en notas lo siguiente:²⁰

- (a) una descripción del acuerdo;
- (b) los términos relevantes del acuerdo, que pueden afectar al importe, calendario y certidumbre de los flujos de efectivo futuros (por ejemplo, el periodo de la concesión, fechas de revisión de precios y las bases sobre las que se revisan los precios o se renegocian las condiciones);
- (c) la naturaleza y alcance (esto es, la cantidad, periodo de tiempo o importe, según lo que resulte adecuado) de:
 - (i) los derechos a usar determinados activos;
 - (ii) las obligaciones de proporcionar o los derechos de recibir el suministro de servicios;

²⁰ Párrafo 6, SIC 29.

- (iii) las obligaciones de adquirir o construir elementos de las propiedades, planta y equipo;
 - (iv) las obligaciones de entregar o los derechos a recibir determinados activos al término del periodo de concesión;
 - (v) las opciones de renovación y terminación, y
 - (vi) otros derechos y obligaciones (por ejemplo, una inspección mayor); y
- (d) los cambios en el acuerdo que hayan ocurrido durante el periodo; y
- (e) cómo el acuerdo de servicios ha sido clasificado.

Esta información debe ser revelada de forma individual para cada acuerdo de concesión de servicios, o bien de manera agregada si las concesiones son de naturaleza similar.

SIC 32 Interpretación. Información a Revelar—Costos de los sitios web

Esta norma de interpretación trata sobre los costos de los sitios web para desarrollar y mantener uno, tanto para acceso interno de la compañía o por parte de terceros. Se basa en la NIC 1 Presentación de Estados Financieros, NIC 2 Inventarios, NIC 11 Contratos de Construcción, NIC 16 Propiedades, planta y equipo, NIC 17 Arrendamientos, NIC 36 Deterioro del Valor de los Activos, NIC 38 Activos Intangibles y NIIF 3 Combinación de Negocios.

Un sitio web diseñado para el acceso externo puede ser usado para varios propósitos, tales como la promoción y el anuncio de los productos y servicios de la entidad, el suministro servicios electrónicos o la venta de productos y servicios.

Un sitio web diseñado para el acceso interno puede ser usado para almacenar información sobre las políticas de la compañía y los detalles de clientes, así como para la búsqueda de información relevante.

Según la SIC 32 en su segundo párrafo, existen cuatro fases para el desarrollo de un sitio web:

- (a) Planificación – incluye estudios de viabilidad, definición de objetivos y especificaciones, evaluación de alternativas y selección de preferencias.
- (b) Desarrollo de la aplicación y la infraestructura – incluye la obtención de un nombre de dominio, adquisición y desarrollo de equipo de cómputo y aplicaciones informáticas operativas, instalación de las aplicaciones desarrolladas y la realización de pruebas de fiabilidad.
- (c) Desarrollo del diseño gráfico – incluye el diseño de la apariencia de las páginas web.
- (d) Desarrollo del contenido – incluye la creación, compra, preparación y carga de la información, de carácter gráfico o de texto, en el sitio web antes de completar el desarrollo del mismo. Esta información puede, o bien ser almacenada en bases de datos independientes, que se integran en (o puede accederse a ellas desde) el sitio web, o bien ser codificada directamente en las páginas web.

(e) Operativa – Durante esta fase, una entidad mantiene y mejora las aplicaciones, la infraestructura, el diseño gráfico y el contenido del sitio web.

Lo que interpreta esta norma es que un sitio web, propiedad de una entidad, que surge del desarrollo y está disponible para acceso interno o externo, es un activo intangible generado internamente, que está sujeto a los requerimientos de la NIC 38.

Un sitio web desarrollado debe ser reconocido como un activo intangible si, y sólo si, además de cumplirse los requisitos generales descritos en el párrafo 21 de la NIC 38 para el reconocimiento y medición inicial (si es probable que los beneficios económicos futuros que se han atribuido al mismo fluyan a la entidad; y el coste del activo puede ser valorado de forma fiable), la entidad es capaz de satisfacer las exigencias contenidas en el párrafo 57 de la NIC 38 que dicen:

Un activo intangible surgido del desarrollo (o de la fase de desarrollo en un proyecto interno), se reconocerá como tal si, y sólo si, la entidad puede demostrar todos los extremos siguientes:

- (a) Técnicamente, es posible completar la producción del activo intangible de forma que pueda estar disponible para su utilización o su venta.
- (b) Su intención de completar el activo intangible en cuestión, para usarlo o venderlo.
- (c) Su capacidad para utilizar o vender el activo intangible.

(d) La forma en que el activo intangible vaya a generar probables beneficios económicos en el futuro.

Entre otras cosas, la entidad puede demostrar la existencia de un mercado para la producción que genere el activo intangible o para el activo en sí, o bien, en el caso de que vaya a ser utilizado internamente, la utilidad del mismo para la entidad.

(e) La disponibilidad de los adecuados recursos técnicos, financieros o de otro tipo, para completar el desarrollo y para utilizar o vender el activo intangible.

(f) Su capacidad para valorar, de forma fiable, el desembolso atribuible al activo intangible durante su desarrollo.

En particular, una entidad ha de ser capaz de satisfacer el requisito consistente en demostrar cómo puede el sitio web en cuestión generar beneficios económicos futuros probables, de acuerdo con el párrafo 57(d) de la NIC 38, lo que sucederá, por ejemplo, si el sitio web es capaz de generar ingresos de actividades ordinarias, entre los que se incluyen los ingresos de actividades ordinarias directos procedentes de la generación de pedidos. La entidad no será capaz de demostrar la generación de beneficios económicos futuros probables, en el caso de que el sitio web se haya desarrollado sólo, o fundamentalmente, para promocionar y anunciar sus propios productos y servicios y, consecuentemente, todos los desembolsos realizados para el desarrollo de dicho sitio web deben ser reconocidos como un gasto cuando se incurra en ellos.

Todo desembolso interno, hecho para desarrollar y operar el sitio web propio de la entidad, debe ser contabilizado de acuerdo con la NIC 38. Deberá evaluarse tanto la naturaleza de cada una de las actividades por las que se incurre el desembolso (por ejemplo, adiestramiento de los empleados y mantenimiento del sitio web), como la fase de desarrollo o pos desarrollo en que se encuentre el sitio web, con el fin de determinar el tratamiento contable adecuado.

FAS 51 (noviembre 1981)

Se aplica exclusivamente para las empresas de televisión por abonados y marca específicamente que durante el período en que se está construyendo el sistema (haciendo el cableado) y en el que parcialmente ya se esté dando servicio a una serie de abonados, los costos incurridos asignables tanto a los ingresos actuales como a los futuros, deberán ser parcialmente capitalizados y parcialmente llevados a gastos.

FAS 53: Informes Financieros de Productos de Películas

Cinematográficas (diciembre 1981)

Establece las normas e información financiera a revelar para los productores y distribuidores de películas de cine.

Los derechos de transmisión para los programas de televisión deben ser contabilizados como asimilados a una venta para el que otorga la licencia. La venta debe ser reconocida cuando el período de licencia comienza y cuando se hayan pactado las condiciones específicas de la misma. Este pronunciamiento también establece cómo los productores y distribuidores deben contabilizar los costos de las películas y los acuerdos de participación.

FAS 63: Informes Financieros de Difusoras (junio 1982)

Esta es una norma promulgada por la citada asociación norteamericana en junio de 1982 y con vigencia obligatoria en los Estados Unidos a partir de los ejercicios fiscales iniciados desde el 15 de diciembre de 1982. Este pronunciamiento resume y modifica los principios y prácticas contables contenidos en el *Statement of Position* (SOP) 75-5 denominado “Prácticas contables en la industria difusora”, estableciendo estándares en reportes de contabilidad y finanzas para radiodifusoras.

El FAS 63 trata tres temas referidos específicamente a las emisoras de radio y TV:

- a) convenios de licencias de programas;
- b) permutas; y
- c) activos intangibles.

En el caso de convenios de licencias de programas: “los derechos de exhibición de material de programación, adquiridos bajo un contrato de licencia, serán contabilizados como una compra de derechos por el usufructuario de los mismos. El derecho y la obligación emergentes de este acuerdo serán reportados por el medio al valor actual o al monto bruto de la obligación asumida, al inicio del período de vigencia de la licencia y cuando se dan una serie de condiciones específicas”.

De esta manera se debe reconocer un activo por la compra de una licencia cuando comienza el período del acuerdo y cuando se cumplen las siguientes condiciones:

- Se conoce o se puede medir razonablemente el costo del programa.
- El contenido del programa es aceptado dentro de las condiciones establecidas.
- El programa está disponible para ser emitido por primera vez.

El activo debe ser segregado en corriente y no corriente tomando en cuenta el tiempo estimado de uso. También se debe reconocer un pasivo corriente y/o no corriente por la forma de pago acordada.

En lo que refiere a la permuta de publicidad y los activos intangibles, el FAS establece que deben ser registrados según los pronunciamientos de contabilidad generalmente aceptados.

El *Barter* publicitario debe ser contabilizado cuando el comercial es transmitido y en el caso de intercambio de productos, los mismos deben ser contabilizados cuando éstos son intercambiados. La valuación debe realizarse a valores de mercado, y de existir diferencia entre los mismos, dicha diferencia debe ser llevada a resultados.

Los activos intangibles son los derechos otorgados para poder emitir y los pagos por afiliación a cadenas. Según los principios de contabilidad generalmente aceptados, los mismos deben ser amortizados de forma lineal por un periodo no superior a cuarenta años.

FAS 139: Derogación de la FAS 53 y Enmiendas a la FAS 63 (junio 2000)

A través del Pronunciamiento 139, el Pronunciamiento 53 queda derogado ya que no contempla los diferentes cambios ocurridos en la industria televisiva y cinematográfica, desde su aprobación.

En cuanto al Pronunciamiento 63, se aclara que los requerimientos del SOP 00-2 se aplican a las películas propiedad de las emisoras de televisión ya que antes solo se aplicaban solamente a las licencias.

State of Position (SOP) 00-2

Es una declaración de posición a tomar frente a la industria cinematográfica, cuyos objetivos son los reconocimientos de ingresos, la clasificación de los costos de la película, y el tratamiento de los ingresos estimados futuros por las mismas.

CAPÍTULO 4 – NOTAS A LOS ESTADOS CONTABLES

4.1 Concepto

Las notas son parte integrante de los estados contables y constituyen un agrupamiento orgánico de la información que tiene por objeto facilitar su adecuada interpretación.²¹

Según el Decreto 103/91, las notas a los estados contables se utilizarán para exponer las políticas contables aplicadas por la empresa y aquellas situaciones que si se pusieran en los estados contables harían perder la adecuada visión del conjunto.

Se debe expresar claramente la existencia de éstas y deben estar agrupadas en una misma sección (titulada y numerada cuando corresponda).

La NIC 1, en el párrafo 93, define a las notas como “descripciones narrativas y análisis detallados de las partidas que se encuentran en los Estados Contables, así como también contingencias u otras informaciones adicionales importantes para obtener una presentación razonable.”

²¹ Párrafo 21, Marco Conceptual.

El Marco Conceptual menciona que las notas “pueden incluir informaciones acerca de los riesgos e incertidumbres que afectan a la entidad, y también sobre recursos u obligaciones no reconocidas en el balance (tales como recursos minerales).

Asimismo, suele suministrarse, en las notas y cuadros complementarios, información acerca de segmentos de negocios o geográficos, o acerca del efecto sobre la entidad de los cambios en los precios”.²²

4.2 Notas a los Estados Contables según Decreto 103/91

Determina que por medio de las notas debe aplicarse la información relativa a:

A) Información básica sobre la empresa descripta brevemente:

- Naturaleza Jurídica.
- Actividad principal efectivamente desarrollada y los cambios ocurridos durante el ejercicio.
- Si se trata de una empresa en liquidación o en concordato o sujeta a cualquier tipo de intervención.

²² Párrafo 21, Marco Conceptual

- Las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales que colocan a la empresa en una situación especial.
- 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.

B) Principales políticas contables:

Se deberá incluir una revelación clara y concisa de todas las políticas contables significativas que se han usado en la preparación de los estados contables, indicando especialmente:

- a) Los criterios generales de valuación.
- b) El método aplicado para corregir el efecto de la inflación.
- c) La definición de fondos adoptada para la preparación del Estado de Origen y Aplicación de Fondos.
- d) El concepto de capital utilizado (capital financiero o como capacidad operativa) para la determinación del resultado.
- e) Los criterios de conversión de la moneda extranjera.
- f) Las normas aplicadas para realizar la consolidación del estado contable, si este fuera el caso.

C) Cualquier cambio habido en las políticas contables.

D) Información referente a los activos y pasivos.

En notas deberán detallarse cuando corresponda, para cada uno de los rubros contenidos en los estados contables, lo siguiente:

- El criterio de valuación.
- Toda limitación a la libre disposición de los activos o del patrimonio y cualquier restricción al derecho de propiedad.
- Las garantías otorgadas con respecto a los pasivos.
- Los cambios en los criterios de valuación y su cuantificación.
- Cualquier otro hecho que por su importancia justifique su exposición.

Además se deberá indicar para los rubros que se mencionan a continuación lo siguiente:

Inversiones Temporarias y a Largo Plazo:

- Detalle por tipo de inversión.
- Para el caso de que se incluyan valores negociables se deberá revelar el valor de mercado de los mismos, si éste difiere de la cifra registrada.
- Si las Inversiones a Largo Plazo corresponden a empresas vinculadas o controladas, se deberá indicar el grado de participación y el valor patrimonial proporcional cuando por su importancia así se requiera.

Créditos:

Se deberá indicar los saldos de cada una de las sociedades vinculadas, controlantes o controladas, cuando éstos no estén revelados expresamente.

Bienes de Cambio:

Se indicará el ordenamiento de las salidas (FIFO, LIFO, etc.).

Bienes de Uso:

Se indicará el criterio adoptado para calcular las amortizaciones.

Deudas Corto y Largo Plazo:

Se revelarán los saldos con empresas vinculadas, controladas o controlantes. Para las deudas a largo plazo, se revelarán también los vencimientos y demás información que se estime pertinente.

Moneda Extranjera:

Cuando corresponda por su importancia, se deberá indicar la posición de cada moneda extranjera y su equivalente en moneda nacional, detallando los rubros activos y pasivos que las componen.

Hechos posteriores:

Deberán 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 periodo.

Criterios aplicados para la determinación del beneficio:

Se explicarán los criterios aplicados para la revelación de los ingresos y la imputación de sus respectivos costos, los principales gastos y el impuesto a la renta.

Bienes de terceros y contingencias:

- Los bienes de terceros que la empresa administra en forma de consignación, custodia, prenda y cualquier otro título que no implica transferencia de dominio, serán informados por medio de notas a los estados contables. 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.
- Las contingencias que representan aquellas eventualidades a que está sujeta la empresa y en donde siempre está implícito un riesgo, por ejemplo, por avales o garantías otorgadas, descuentos de documentos, etc., serán informadas por medio de notas a los estados contables. También pueden utilizarse las cuentas de contingencias que se expondrán al pie del Estado de Situación Patrimonial.

CAPÍTULO 5 – MODELO DE NOTAS A LOS ESTADOS CONTABLES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En base a la normativa vigente, a continuación detallaremos un modelo de Notas a los Estados Contables.

Este modelo pretende ser una guía para la elaboración de las notas como parte integrante de los estados financieros de las empresas en general y considerando el objeto de este estudio, hace énfasis en las organizaciones que componen el rubro medios de comunicación. Ya que dentro de este rubro tomamos como objeto de estudio a los canales de televisión abierta, incluiremos notas específicas del giro.

5.1 Balances y Anexos

5.1.1) Estado de Situación Patrimonial y Estado de Resultados

ESTADO DE SITUACIÓN PATRIMONIAL

(Expresado en pesos uruguayos)

2011

2010

ACTIVO

Activo Corriente

Disponibilidades (Nota 3)

Caja y bancos

Inversiones temporarias (Nota 3)

Créditos por ventas (Nota 4)

Previsión Incobrables (Nota 2J)

Otros créditos (Nota 5)

Anticipo a proveedores

Adelantos al personal

Empresas relacionadas (Nota 14)

Bienes de cambio (Nota 2K)

Mercadería de reventa

Previsión obsolescencia de inventario

Total Activo Corriente

Activo No Corriente

Otros créditos (Nota 5)

Activo por impuesto diferido (Nota 13)

Inversiones a Largo plazo (Nota 2L) (Nota6)

Bienes de uso (Nota 2M) (Nota 7) (Anexo 1)

Valor Bruto

Amortización Acumulada

Intangibles (Nota 8)

Valor Bruto

Amortización Acumulada

TOTAL ACTIVO

PASIVO Y PATRIMONIO

Pasivo Corriente

Deudas comerciales (Nota 9)

Deudas financieras (Nota 10)

Deudas diversas

Empresas vinculadas (Nota 14)

Provisiones (Nota 11)
Otras deudas

Total Pasivo Corriente

TOTAL PASIVO

Patrimonio (Anexo 2)

Capital asignado

Resultados acumulados

TOTAL PATRIMONIO

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO

ESTADO DE RESULTADOS

POR EL EJERCICIO FINALIZADO AL 31/12/2011

(Expresado en pesos uruguayos)

Ingresos (Nota 2N) (Nota 12)

Ingresos por Publicidad

Ingresos Diversos

Costo de ventas

Resultado bruto

Gastos de administración y ventas

Remuneraciones y cargas sociales

Resultados financieros

Gastos financieros

Intereses ganados

Intereses perdidos

Diferencia de cambio ganada

Diferencia de cambio perdida

Resultados Diversos

Resultado por venta de Bien de Uso

Impuesto a la renta (Nota 13)

Impuesto a la renta diferido

Impuesto a la renta ejercicio corriente

RESULTADO NETO

5.1.2) Anexo 1. Cuadro de bienes de uso y amortización.

RUBRO	Valores al inicio del ejercicio	Aumentos	Bajas	Valores al cierre del ejercicio	Acumuladas al inicio del ejercicio	Bajas	Del ejercicio		Acumuladas al cierre del ejercicio	VALORES NETOS
							Tasa	Importe		
Total										

5.1.3) Anexo 2-Estado de Evolución del Patrimonio (en pesos uruguayos)

	Ajustes al	Resultados	Patrimonio
	Capital	Reservas	Acumulados total
	patrimonio	Acumulados	total
1.Saldos iniciales			
Aportes de propietarios			
Capital integrado			
Ganancias retenidas			
Resultados no asignados			
Reexpresiones contables			
Subtotal			
3.Saldos iniciales modificados			
4.Movimientos del ejercicio			
Dividendos anticipados			
Resultado del ejercicio			
Sub-total			
5.Saldos finales			
Aportes de propietarios			
Capital integrado			
Ganancias retenidas			
Resultados no asignados			
Reexpresiones contables			
Saldos Totales			

5.1.4) Anexo 3-Estado de Flujo de Efectivo (en pesos uruguayos)

	Saldos al	Saldos al
	2011	2010
1. Flujo proveniente de actividades operativas		
Resultado del ejercicio		
<i>Más/(Menos) partidas que no representan movimientos de flujos</i>		
Amortizaciones		
<i>Variaciones en activos y pasivos</i>		
(Aumentos)/Disminución de créditos por venta		
(Aumentos)/Disminución de otros créditos		
(Aumentos)/Disminución de bienes de cambio		
Aumentos/(Disminución) de deudas comerciales		
Aumentos/(Disminución) de deudas diversas		
Fondos provenientes de operaciones		
2. Flujo proveniente de financiamiento		
Distribución de dividendos		
Fondos provenientes de financiamiento		
3. Flujo proveniente de inversiones		
Compra de bienes de uso		
Fondos provenientes de inversiones		
4. Aumento / disminuciones del flujo neto de efectivo		
5. Fondos en efectivo al inicio del ejercicio		
6. Fondos en efectivo al final del ejercicio		

5.2 Notas a los Estados Contables

5.2.1-NOTA 1) Información Básica sobre la Empresa

A) Naturaleza Jurídica

La información básica de la empresa, según el Decreto 103/91 y la NIC 1 en su párrafo 126 apartados a) y c), está compuesta por el domicilio y país en el que se ha constituido la empresa, la forma legal que ha adoptado y la dirección de su sede principal. Para el caso de sociedades anónimas debe indicarse si es abierta y la clase de acciones que emite.

En el párrafo 23 de la NIC 1 se establece que deberá exponerse cualquier situación especial que impida la hipótesis de negocio en marcha.

Ejemplo:

TV S.A, empresa constituida conforme a las normas vigentes en el país, con fecha..., domiciliada en....., Montevideo Uruguay, es una sociedad anónima cerrada cuyo capital se representa mediante acciones nominativas, perteneciendo el 100% de las mismas a.....

B) Actividad Principal

Tomando en cuenta el párrafo 126 literal b) de la NIC 1, la entidad deberá describir la naturaleza de sus operaciones así como sus principales actividades.

La SIC 29, analizada anteriormente en el presente trabajo indica la información que debe revelarse en notas respecto a los acuerdos de concesión. Aquí se hace referencia a la misma ya que será expuesta la concesión de frecuencia otorgada por el Poder Ejecutivo.

Ejemplo:

La actividad principal consiste en la transmisión y producción de programas de televisión y la venta de tiempo de publicidad.

La compañía cuenta con concesiones otorgadas sin costo por el Poder Ejecutivo con fechas.....y con un plazo de 50 años sujeto a revisión periódica, para construir, instalar, operar y explotar la estación de televisión comercial.

El acuerdo de concesión permite a TV S.A el derecho al uso de las siguientes frecuencias así como sus correspondientes obligaciones:

Frecuencias (MHz.)	Operativa	Cantidad estaciones bases	Ubicaciones de las estaciones	Cantidad de estaciones móviles
150.695	Enlaces entre estaciones bases y móviles	Una base	Calle... Nº... Montevideo Uruguay	Una estación
2.030	Enlaces punto a punto, transportables, directivos y unidireccionales	En el ámbito del departamento de Montevideo		
7.012,5				
14.214,8	Transmisión de la estación terrena (recibe en 11907,75 MHz.)	En el ámbito del territorio nacional		

a. las autorizaciones otorgadas revisten carácter precario y revocable en cualquier momento, sin derecho a reclamo o indemnización de clase alguna;

b. la frecuencia radioeléctrica asignada en el ámbito del servicio móvil terrestre debe ser operada en las correspondientes condiciones técnicoadministrativas establecidas en la Resolución de la Dirección Nacional Nro.387/94 de 23 de setiembre de 1994;

c. en el caso de los radioenlaces punto a punto, la potencia efectiva radiada máxima empleada debe reducirse a la mínima imprescindible para la obtención de un radioenlace en condiciones técnicas adecuadas, compatible con el sistema;

d. si en la práctica la operativa de alguna de las estaciones de referencia, produjera interferencias perjudiciales a otros sistemas de telecomunicaciones que contaren con autorización previa, deberán cesarse las transmisiones en forma inmediata y adoptar las medidas para evitar la reiteración del inconveniente;

e. en el caso de la asignación del canal radioeléctrico centrado en 2030 MHz, la misma reviste carácter provisorio y se encuentra sujeta al requerimiento de cese de operación definitiva que efectúe la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicación;

f. en el caso de las estaciones registradas como operando en carácter de servicio secundario, no deben causar interferencias perjudiciales a estaciones operando en carácter de servicio primario, ni solicitar protección respecto a las eventuales interferencias perjudiciales generadas por ellas;

g. oportunamente la URSEC adoptará la norma para la exposición a campos eléctricos, magnéticos y electromagnéticos, lo cual eventualmente pudiere requerir modificaciones en las condiciones operativas de las estaciones de referencia;

h. toda nueva incorporación de estaciones o modificación en los parámetros de operación y ubicación de las estaciones radioeléctricas de referencia, debe contar con la previa autorización de la URSEC;

i. Los sistemas autorizados podrán ser inspeccionados oportunamente, para lo cual TV S.A debe brindar las máximas facilidades. Si efectuadas las mediciones de rigor se comprobara que el equipamiento no cumple con los parámetros de funcionamiento establecidos, o la conformación del sistema no se ajustara a lo autorizado, o no pudieran ser inspeccionados por razones imputables a la entidad, se adoptarán las medidas que al caso puedan corresponder.

5.2.2-NOTA 2) Principales Políticas Contables

A) Bases de preparación

Se deja constancia de que los estados contables han sido preparados conforme a la normativa vigente en el país al momento de emisión de los mismos.

De esta manera siempre debe hacerse referencia a los decretos que fueron detallados anteriormente, los cuales obligan que la información presentada sea conforme a las NIC y tenga un formato determinado.

La NIC 1 en su párrafo 14, menciona que debe realizarse declaración explícita y sin reservas del cumplimiento de las NIC y en caso contrario establecer el no cumplimiento de las mismas.

Ejemplo:

Los estados financieros al 31 de diciembre de 2011 y 2010 han sido elaborados conforme a la reglamentación contable vigente en el Uruguay (Decreto 266/07, 99/09 y siguientes) y presentados según el formato indicado en el Decreto 103/91 y 37/010.

B) Criterios Generales de valuación

El marco conceptual permite valorar los activos y pasivos considerando como bases el costo histórico, costo corriente, valor realizable y valor corriente.

Por lo tanto, se debe indicar la base que ha sido considerada para la emisión de los estados contables.

Si la empresa satisface alguna de las hipótesis del Decreto 65/10 y debe ajustar la información contable considerando la inflación acorde al método previsto en la NIC 29, debe revelarlo en nota según el párrafo 39 de la misma NIC.

Ejemplo:

Los activos y pasivos han sido valuados en base al costo histórico, entendiendo por tal el importe al momento de adquirir el activo o asumir el pasivo.

Los estados contables al 31 de diciembre de 2011 han sido ajustados por inflación ya que TV SA ha cumplido una de las hipótesis establecidas en el Art. 1 del Decreto 65/010. Para ello se ha considerado el índice de precios al consumo que emite el instituto nacional de estadísticas del Uruguay, el cual para el año 2011 fue.....%.

C) Cambio de políticas y estimaciones contables

La reglamentación a través del decreto 103/91 indica que se debe revelar en notas cualquier cambio introducido en las políticas contables de la empresa.

La NIC 8 en su párrafo 28, profundiza en el tema determinando que cuando la aplicación por primera vez de una Norma o Interpretación tenga efecto en el período corriente o en alguno anterior, salvo que fuera impracticable determinar el importe del ajuste o bien pudiera tener efecto sobre períodos futuros, la entidad revelará:

- (a) el título de la Norma o Interpretación;
- (b) en su caso, que el cambio en la política contable se ha efectuado de acuerdo con su disposición transitoria;
- (c) la naturaleza del cambio en la política contable;
- (d) en su caso, una descripción de la disposición transitoria;
- (e) en su caso, la disposición transitoria que podría tener efectos sobre periodos futuros;

(f) para el período corriente y para cada periodo anterior presentado, en la medida en que sea practicable, el importe del ajuste:

(i) para cada rúbrica del estado financiero que se vea afectada; y

(ii) si la NIC 33 *Ganancias por Acción* es aplicable a la entidad, para las ganancias por acción tanto básicas como diluidas;

(g) el importe del ajuste relativo a períodos anteriores presentados, en la medida en que sea practicable; y

(h) si la aplicación retroactiva, exigida por los apartados (a) y (b) del párrafo 19, fuera impracticable para un período previo en concreto, o para períodos anteriores sobre los que se presente información, 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.

Tales revelaciones podrán omitirse en los estados financieros de periodos posteriores.

Ejemplo:

Cambio en estimación de vida útil

El set de cámaras de filmación verá reducida su vida útil en 3 años, acorde a la evaluación técnica efectuada en fecha.... por el técnico..... El cambio en la vida útil obedece a la futura introducción de tecnología digital propuesta por la administración que dejará obsoleto tal equipamiento. La amortización acumulada

al 31 de diciembre del 2011 ascendía a \$....., la cual a través de la nueva estimación será de \$.....

D) Política de dividendos

Ejemplo:

TV S.A no tiene una política que rija el monto y pago de dividendos u otras distribuciones. De acuerdo con sus Estatutos y con la Ley N° 16.060, puede legalmente declarar y pagar dividendos solamente si resultan de sus ganancias realizadas y líquidas correspondientes a los Estados Contables anuales de la Sociedad confeccionados de acuerdo con las normas contables legales vigentes en nuestro país, y si son aprobados por la asamblea anual ordinaria de accionistas. En ese caso, los dividendos deberán pagarse en forma proporcional a todos los tenedores de acciones ordinarias a la fecha de registro pertinente.

E) Procedimiento de consolidación

La NIC 27 en su párrafo 40 indica que debe revelarse en notas:

- 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;

- 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;
- 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
- 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.

Ejemplo:

“Los estados contables de las subsidiarias utilizados en la consolidación fueron preparados con fecha de cierre coincidente con la de los estados contables consolidados, abarcan iguales ejercicios, y han sido confeccionados utilizando criterios de valuación idénticos a aquellos utilizados por la Sociedad, descritos en las notas a los estados contables individuales o, en su caso, se efectuaron los ajustes correspondientes.”²³

²³ Balance Grupo Clarín.

El control ejercido es efectivo y no temporario. Todo saldo ínter compañía así como las operaciones entre quienes conforman el grupo consolidado han sido eliminados.

A continuación se detalla la participación de TV S.A en el paquete accionario de las demás empresas integrantes del grupo:

EMPRESA	% PARTICIPACIÓN

F) Moneda Funcional y de Presentación de los Estados Contables

Según el párrafo 8 de la NIC 21, la moneda funcional es la moneda del entorno principal donde opera la empresa. Por lo tanto las demás monedas son consideradas moneda extranjera. Los párrafos 9 y 10 de la NIC 21 plantean distintos factores que determinan la moneda funcional de una empresa.

Según el párrafo 53 de la mencionada NIC, se debe revelar si la moneda de presentación es distinta de la moneda funcional, indicando además cual es la moneda funcional.

Ejemplo:

Considerando que los fondos provenientes de las principales actividades que realiza TV S.A son en dólares americanos, así como sus costos más significativos, la administración de la sociedad considera que la moneda funcional es el dólar americano. Se ha empleado el método de conversión que indica la NIC 21 para realizar la presentación en la indicada moneda.

G) Cuentas en Moneda Extranjera.

Según el Decreto 103/91, si hay cuentas de importancia en moneda extranjera, debe indicarse la posición de esas cuentas y su equivalente en moneda nacional agrupando en activos y pasivos.

Para cada cuenta se expone el siguiente cuadro:

<u>POSICION EN M/E</u>	<u>31/12/2012</u>		<u>31/12/2011</u>	
	<u>M/E</u>	<u>\$</u>	<u>M/E</u>	<u>\$</u>
<u>ACTIVO</u>				
Cuentas Activo
	=====	=====	=====	=====
<u>PASIVO</u>				
Cuentas Pasivo
	=====	=====	=====	=====
<u>POSICION NETA</u>				
<u>ACTIVA-PASIVA</u>	=====	=====	=====	=====

POSICIÓN GENERAL DE CAMBIOS

	31/12/2012			31/12/11		
	MONEDA ORIGEN	ARBITRAJE	USD	MONEDA ORIGEN	ARBITRAJE	USD
<u>ACTIVO</u>						
Cuentas Activo
	=====		=====	=====		=====
<u>PASIVO</u>						
Cuentas Pasivo
	=====		=====	=====		=====
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
	=====	=====	=====	=====	=====	=====

Ejemplo:

Las transacciones efectuadas en moneda extranjera fueron contabilizadas por su equivalente en moneda nacional en función de los tipos de cambio del mercado vigentes al momento de concretar las transacciones. El tipo de cambio a fecha de cierre de ejercicio fue ...\$ por dólar.

H) Concepto de Capital Utilizado

El Decreto 103/91, obliga a exponer el concepto de capital utilizado para determinar los resultados. Puede ser capital financiero o capacidad operativa.

Ejemplo:

Se ha optado por la aplicación de capital financiero para determinar los resultados. De esta manera se obtiene ganancia si el importe financiero de los activos netos al final del período supera a los activos netos al inicio del período, sin considerar aportes de capital ni distribución de utilidades efectuadas a los propietarios.

I) Definición de Fondos para el EOAF

Se debe indicar qué definición de fondos se ha empleado para la elaboración del estado de origen y aplicación de fondos, según establece el Decreto 103/91.

En caso de haber algún importe significativo de efectivo o equivalente de efectivo que no pueda ser usado por la empresa o grupo consolidado, la NIC 7 en su párrafo 48, establece que debe revelarse en notas tal situación.

Ejemplo:

Para la elaboración del estado de origen y aplicación de fondos se ha adoptado la definición de fondos igual efectivo y equivalente de efectivo, entendiendo por ello las disponibilidades en caja, los saldos bancarios sin restricciones de retiros y las inversiones a corto plazo de gran liquidez. Se ha empleado el método indirecto.

J) Previsiones

Acorde la NIC 1, párrafo 116:

La entidad revelará 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 deberán incluir detalles de:

- (a) su naturaleza; y
- (b) su importe en libros en la fecha de balance.

Cada previsión debe presentarse por separado y contener lo que señala la NIC 37, párrafos 84 y 85:

- (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.

Ejemplo:

Previsión por deudores incobrables.

La previsión por deudores incobrables ha sido creada con el objetivo de ajustar el saldo de la cuenta créditos por ventas y Documentos a Cobrar, de manera de que proporcione mayor razonabilidad respecto a la cobrabilidad de tales importes. Se determina a cierre de ejercicio mediante cálculos estadísticos y considerando los aportes de los asesores legales. Al inicio del ejercicio ascendía a \$.... Se le han imputado \$.... y fue descontada en \$..., importe que refleja la incobrabilidad de los créditos comerciales en el presente ejercicio.

El saldo al cierre del periodo es \$....

K) Criterio de salida y valuación de bienes de cambio

Acorde a la NIC 2, los bienes de cambio no deben estar valuados en libros por encima de los importes que se estima obtener a través de su venta o uso. En tal caso, se debe realizar una rebaja del valor en libros hasta alcanzar el valor neto realizable.

El párrafo 36 de la NIC 2 establece que en las notas deberá revelarse:

- 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.

Ejemplo:

En los programas de producción propia, el coste de producción se determina considerando todos los costes imputables al producto en los que incurre la compañía.

Dentro de este coste se incluye la proporción correspondiente al último convenio firmado entre ANDEBU y AGADU, prorrateo que se efectúa considerando el tiempo de exposición al aire del programa. Ver NOTA 20.

El coste de las existencias adquiridas en una combinación de negocios es el valor razonable a la fecha de adquisición.

También se incluyen dentro de las existencias los anticipos pagados por programas.

Los programas se cargan en la cuenta de resultados en el momento de su emisión.

L) Inversiones a Largo Plazo

La definición dada por el Decreto 103/91 para las inversiones a largo plazo refiere a las colocaciones con plazo mayor a 12 meses que se efectúan con ánimo de obtener renta u otro beneficio y que no forman parte del giro principal de la empresa.

Por otra parte la NIIF 7 en su párrafo 8, agrega que debe revelarse en el balance o en las notas, las siguientes categorías de instrumentos financieros definidas en la NIC 39:

- 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.

Ejemplo:

Las inversiones temporarias están compuestas de acciones de la empresa YY S.A., las cuales representan el 20 % de su capital accionario.

M) Criterio de amortización y revaluación de bienes de uso – Propiedad, planta y equipos.

Las bases de medición, los métodos de depreciación y las vidas útiles utilizadas deben revelarse en notas según el párrafo 73 de la NIC 16.

Si los activos han sido revaluados, la mencionada NIC en su párrafo 77, indica revelar la fecha efectiva de la revaluación y si se han utilizado los servicios de un

tasador independiente, los métodos, hipótesis y técnicas aplicadas en el cálculo del valor razonable.

Ejemplo:

La sociedad posee la propiedad efectiva del total de sus bienes de uso, los cuales son valuados a costo histórico deducido de las depreciaciones acumuladas y deterioro. El valor del bien de uso se conforma del precio de adquisición de los bienes más los gastos adicionales que se producen hasta la puesta en condiciones de funcionamiento de los mismos. Los elementos de propiedad, planta y equipos se valoran al menor del precio de adquisición o valor recuperable. Las reparaciones que no presentan una ampliación de la vida útil y los gastos de mantenimiento son cargados directamente a la cuenta de resultados separada.

Las depreciaciones se calculan empleando el método lineal, en función de la vida útil estimada, a partir del mes siguiente al de incorporación de los activos al patrimonio de la sociedad. Los terrenos no se amortizan.

La administración considera que el valor neto contable de los bienes de uso no supera su valor de utilización y que no han ocurrido pérdidas por deterioro.

N) Reconocimiento de ingresos

“La entidad debe revelar la siguiente información en sus estados financieros:

- 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”.²⁴

Según el párrafo 14 de la NIC 18, los ingresos por la venta de bienes son reconocidos cuando se cumplen todas las siguientes condiciones:

- a) la entidad ha transferido al comprador los riesgos y ventajas, de tipo significativo, derivados de la propiedad de los bienes;
- (b) la entidad no conserva para sí ninguna implicación en la gestión corriente de los bienes vendidos, en el grado usualmente asociado con la propiedad, ni retiene el control efectivo sobre los mismos;
- (c) el importe de los ingresos de actividades ordinarias puede ser medido con fiabilidad;
- (d) es probable que la entidad reciba los beneficios económicos asociados con la transacción; y
- (e) los costos incurridos, o por incurrir, en relación con la transacción pueden ser medidos con fiabilidad.

²⁴ NIC 2 párrafo 35

Las pérdidas se asignan a resultados conforme a los criterios generales establecidos por el Marco Conceptual para Preparación y Presentación de Estados Contables.

Ejemplo:

Los ingresos y gastos se registran sin incluir los importes correspondientes a los impuestos que gravan estas operaciones, con excepción de los que fiscalmente no sean deducibles, que se añadirían a los segundos.

Su imputación se hace en función de la corriente real de bienes y servicios que los mismos representan y con independencia del momento en que se produzca la corriente monetaria o financiera derivada de ellos.

Los ingresos por venta de servicios son valorados con fiabilidad teniendo en cuenta el grado de realización del servicio.

La principal fuente de ingresos de la empresa corresponde a ingresos publicitarios, que se contabilizan en el periodo en que se devengan, lo que se produce en el momento de emisión de la publicidad correspondiente.

Los gastos incluyendo los descuentos y rappels se reconocen en la cuenta de resultados en el periodo en que se devengan.

O) Operaciones de canje

La compañía vende espacios de publicidad recibiendo bienes o servicios como contraprestación. Los ingresos se registran al momento en que se efectúa la publicidad y los bienes o gastos se registran al momento de recepción de los bienes o utilización de los servicios. Los bienes o servicios a recibir como contraprestación de la publicidad efectuada se registran como Créditos por ventas. La publicidad a efectuarse como contraprestación de los bienes y servicios recibidos se registra como Cuentas por pagar. 25

En los casos que se intercambia publicidad por publicidad de idénticas características no se registra un ingreso ordinario conforme lo expresa la NIC 18.

5.2.3-NOTA 3) Disponibilidades e Inversiones Temporarias

Tomando en cuenta la definición de inversiones temporarias del Decreto 103/91, se entiende que son colocaciones de carácter transitorio para obtener una renta de fácil realización.

²⁵ Balance Grupo Clarín. Año 2011.

Ejemplo:

El saldo de inversiones temporarias está compuesto por títulos de deuda pública adquiridos el 1 de agosto de 2011 con vencimiento el 31 de diciembre de 2011 con 2% de interés para el período comprendido.

Las disponibilidades de la empresa a fecha de cierre de ejercicio estaban compuestas de la siguiente manera:

Disponibilidades	31/12/2010	31/12/2011
	M\$	M\$
Caja M/N		
Caja M/E		
Banco X		
Banco Y		
Total		

5.2.4-NOTA 4) Créditos por Ventas

Se debe revelar un análisis de la antigüedad de los mismos que en la fecha de presentación estén en mora. Para los importes que se hayan revelado, una descripción de las garantías tomadas por la entidad para asegurar el cobro.

Esto se encuentra dentro de la definición de activo financiero, según el párrafo 37 de la NIIF 7, donde se incluye a las partidas por cobrar dentro de la definición de la norma.

Los componentes del rubro créditos por ventas se presentan por su valor nominal.

Ejemplo:

A continuación se presenta la composición del rubro Créditos por Ventas:

Antigüedad del saldo al 31/12/2011	M\$
Hasta 30 días	
Entre 30 y 60 días	
Entre 60 y 90 días	
Entre 90 y 180 días	
Más de 180 días	
Total	

5.2.5-NOTA 5) Otros Créditos

La NIC 1 en el párrafo 74, establece que se deberán revelar ya sea en el balance o en 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.

Ejemplo:

Otros Créditos	31/12/2010	31/12/2011
	M\$	M\$
Anticipos a Proveedores		
Adelantos al Personal		
Empresas relacionadas		
Otros		
Total		

5.2.6-NOTA 6) Inversiones Largo Plazo

Dentro de esta nota, uno de los aspectos que se debe exponer, es la compra del patrimonio neto de otra entidad. Cuando una empresa adquiere el control de uno o más negocios distintos se está ante una combinación de negocios, el cual se encuentra regulado por la NIIF 3.

Dentro de lo dispuesto como combinación de negocios, se identifica una empresa que es la entidad adquiriente, la cual obtiene el control de una o varias empresas y dependiendo del porcentaje de participación que tenga la entidad adquiriente, las mismas son empresas vinculadas o empresas controladas.

Si se trata de una entidad adquiriente la NIIF citada, en el párrafo 67, establece revelar en notas:

- (a) Los nombres y descripciones de las entidades o negocios combinados.
- (b) La fecha de adquisición.

- (c) El porcentaje de instrumentos de patrimonio con derecho a voto adquiridos.
- (d) El costo de la combinación.
- (e) Detalle de las operaciones que se haya decidido vender o disponer de ellas por otra vía.
- (f) Los importes reconocidos para cada clase de activos, pasivos y pasivos contingentes de la entidad adquirida.

Asimismo se revelará información que permita a los usuarios de los Estados Financieros evaluar los efectos de las pérdidas, ganancias, correcciones de errores y otros ajustes, reconocidos durante el período corriente, que se relacionen con las combinaciones de negocios que hubieran sido efectuadas en el período corriente o períodos anteriores.

Adicionalmente se deberá revelar información que permita a los usuarios evaluar los cambios en el importe en libros de la plusvalía comprada durante el ejercicio.

Ejemplo:

Con fecha... de 200x, la empresa TV S.A. adquirió el 50% de las acciones ordinarias de la sociedad Radio S.A. dedicada a la difusión de contenidos radiales en el departamento de Montevideo.

A continuación detallamos la participación de TV S.A. en el paquete accionario de otras empresas al 31 de diciembre de 2011:

Denominación Social	Domicilio Social	Año de Constitución	Actividad	Sociedad Tenedora	Año 2011 %
Radio SA					50
Diario SA					30
Productora					25
Otro					60

5.2.7-NOTA 7) Propiedades, Planta y Equipo

El presente capítulo de los Estados Contables, está regulado según la NIC 16 y en su párrafo 73 establece, entre otros, que se debe revelar en notas el importe en libros brutos y la depreciación acumulada tanto al principio como al final del período.

Ejemplo:

A continuación se muestran los componentes de las Propiedades, Planta y Equipo, al principio del ejercicio económico y al final del mismo:

	01/01/2011			31/12/2011		
	Bruto	Am. Ac	Neto	Bruto	Am. Ac	Neto
Bienes de Uso	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Inmuebles						
Muebles y Útiles						
Vehículos						
Equipos de Audio y Video						
Equipos de Transmisión						
Equipos de Computación						
Equipamiento técnico						
Repuestos						
Total						

El detalle de las vidas útiles aplicadas en el rubro Bienes de Uso es el siguiente:

Bienes de Uso	Vida útil
Inmuebles	50
Muebles y Útiles	10
Vehículos	10
Equipos de Audio y Video	5
Equipos de Transmisión	5
Equipos de Computación	5
Equipamiento técnico	5
Repuestos	5

Es de destacar que TV S.A, está enmarcado en un proyecto de innovación tecnológica, de manera de poder adecuarse a los requerimientos técnicos exigidos por la URSEC, lo cual implica un desembolso de X M\$ a lo largo de X años.

5.2.8-NOTA 8) Intangibles

De acuerdo a la NIC 38 en su párrafo 118, la empresa deberá revelar para cada una de las clases de activos intangibles identificados, la siguiente información:

- si las vidas útiles son indefinidas o finitas y el período de las mismas.
- los métodos de amortización aplicados.
- el importe en libros bruto y la amortización acumulada.
- las partidas de la cuenta de resultados en las que está incluida la amortización de los activos intangibles.
- la conciliación entre los valores en libros al principio y al final del ejercicio, indicando:
 - los incrementos, distinguiendo los que proceden de desarrollos internos, los adquiridos por separado y los adquiridos en combinaciones de negocios;
 - aquellos clasificados como mantenidos para la venta según la NIIF 5;

- incremento y decrementos por revalorización, así como pérdidas por deterioro según la NIC 36;
- el monto de la amortización del ejercicio;
- las diferencias netas de cambio derivadas de la conversión de estados financieros a la moneda de presentación de la entidad.

También se debe revelar en Notas, según el FAS 63, aquellos contratos realizados con el fin de obtener derechos de transmisión, pero que no han sido registrados.

Ejemplo:

El capítulo Intangibles se encuentra conformado por los rubros, Derechos – Largometrajes, Derechos – Servicios de Noticias, Derechos – Seriales y Derechos – Especiales.

Los elementos componentes del Capítulo Derechos, de acuerdo a la NIC 38, son contabilizados inicialmente por su costo de adquisición aplicando al precio de compra en moneda extranjera el tipo de cambio a la fecha de la operación, y son posteriormente revaluados en función de las variaciones del tipo de cambio reconociendo las diferencias de cambio generadas como gastos o ingresos del período, de forma de mantener como importe en libros del activo el precio de compra en moneda extranjera entendiendo que el mismo representa su valor razonable como valor de mercado.

Los saldos expuestos como Intangibles No Corrientes corresponden a los Derechos sobre materiales cuya fecha de comienzo de la licencia es posterior al 31 de diciembre de 2011.

La amortización de los Derechos está determinada por la cantidad de exhibiciones posibles a realizar, depreciándolos linealmente en base a este criterio.

La composición de los Activos Intangibles, sus valores brutos, amortizaciones acumuladas y sus respectivos valores netos:

	01/01/2011			31/12/2011		
	Bruto	Am. Ac	Neto	Bruto	Am. Ac	Neto
Activos Intangibles	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Derechos – Largometrajes						
Derechos - Servicios de Noticias						
Derechos – Seriales						
Derechos – Especiales						
Programas Informáticos						
Marcas						
Total						

La composición y los movimientos de Activos Intangibles entre el 1 de enero de 2011 y 31 de diciembre de 2011 es la siguiente:

	Derechos Largometraje	Derechos Servicios de Noticias	Derechos Seriales	Derechos Especiales	Programas Informáticos	Activos Intangibles Netos
Movimientos Intangibles	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Saldo al 01/01/2011						
Adquisiciones						
Gastos de Amortización						
Saldo al 31/12/2012						

El detalle de las vidas útiles aplicadas en el rubro Intangibles al 31 de diciembre de 2011 es el siguiente:

Vidas útiles estimadas	Vida	Vida útil
Derechos – Largometrajes	Indefinida	No aplica
Derechos - Servicios de Noticias	Indefinida	No aplica
Derechos – Seriales	Indefinida	No aplica
Derechos – Especiales	Indefinida	No aplica
Programas Informáticos	Definida	3
Marcas	Indefinida	No aplica

En el presente ejercicio, TV S.A, celebró un contrato por X M\$ con la compañía TV internacional S.A, por un período de X años, para la transmisión de películas y series, pero el mismo no fue registrado ya que no se han cumplido con todas las formalidades necesarias a la fecha.

5.2.9-NOTA 9) Deudas Comerciales

El presente capítulo, según el Decreto 103/91, debe segregarse en proveedores plaza, proveedores por importación y documentos a pagar.

Ejemplo:

Deudas comerciales al 31/12/2011 se compone de la siguiente manera:

	31/12/2011	31/12/2010
Proveedores plaza		
Proveedores por importación		
Documentos a pagar		
Total		

5.2.10- NOTA 10) Deudas Financieras

El Decreto 103/91, establece que para este rubro se deben exponer por separado los préstamos bancarios, las obligaciones y los intereses a pagar.

Ejemplo:

	Montó	Período	Tasa interés	Interés 2011	Amortización 2011	Total a pagar
Préstamos bancarios A						
Préstamos bancarios B						
Documentos a pagar						
Total						

5.2.11-NOTA 11) Provisiones

Debe reconocerse una provisión cuando se den las siguientes condiciones:

- (a) la entidad tiene una obligación presente (ya sea legal o implícita) como resultado de un suceso pasado;
- (b) es probable que la entidad tenga que desprenderse de recursos, que incorporen beneficios económicos para cancelar tal obligación; y
- (c) puede hacerse una estimación fiable del importe de la obligación.²⁶

La NIC 37, en el párrafo 85, además señala que debe revelarse en notas una breve descripción de la naturaleza de la obligación contraída, así como el calendario esperado de las salidas de beneficios económicos que produce tal obligación, una indicación acerca de las incertidumbres relativas al importe o al calendario de las salidas de recursos que producirá la provisión, así como el importe de cualquier eventual reembolso, informando además de la cuantía de los activos que hayan sido reconocidos para recoger los eventuales reembolsos esperados.

Ejemplo:

Provisión por aguinaldos

Mensualmente la empresa destina fondos para la provisión por aguinaldos la cual se constituye con el fin de cumplir con el pago de aguinaldos a los

²⁶ Párrafo 14 NIC 37

empleados que según el decreto N° 447/2007 debe efectuarse en junio y diciembre de cada año.

Al 31 de Diciembre la provisión ascendía a \$... Dicho importe se incluye en la cuenta Deudas diversas – Provisión por Aguinaldos.

5.2.12-NOTA 12) Ingresos

La NIC 18 en el párrafo 35, establece que se deberá revelar la cuantía de cada categoría significativa de los ingresos ordinarios.

Ejemplo:

El siguiente es el detalle de los ingresos operativos:

Ingresos Operativos	Acumulado al	
	31/12/2010	31/12/2011
	M\$	M\$
Ingresos por Publicidad		
Ingresos Diversos		
Total		

Dentro de los Ingresos Diversos se encuentran los arrendamientos de espacios televisivos, el arrendamiento de equipamiento e instalaciones, como por ejemplo los móviles satelitales, la venta de mercadería de reventa, así como otros ingresos derivados de la operativa de la empresa.

5.2.13-NOTA 13) Impuesto a la Renta

El párrafo 81 de la NIC 12 señala que debe revelar la siguiente información, por separado, dentro de la información financiera de la entidad:

- 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:
 - i. 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
 - ii. 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 impositivos aplicables, en comparación con las del periodo anterior;
- e) La cuantía y fecha de validez, si la tuvieran, de cualesquiera diferencias temporarias deducibles, perdidas 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:

i. 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;

ii. el importe de los gastos o ingresos por impuestos diferidos reconocidos en el estado de resultados, si este no resulta evidente de los cambios reconocidos en el balance;

h) Con respecto a las operaciones interrumpidas, el gasto por impuestos relativo a:

i. la pérdida o la ganancia derivada de la discontinuación; y

ii. 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

i) 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.

Ejemplo:

El impuesto a la renta sobre los resultados del ejercicio comprende el impuesto corriente y el impuesto diferido.

El impuesto diferido es reconocido utilizando el método del pasivo basado en las diferencias temporarias entre los valores contables y la valuación de activos y pasivos de acuerdo a normas fiscales.

De esta manera se ha reconocido un activo por impuesto diferido al 31 de diciembre de 2011 y 2010 por la suma de \$... y \$... respectivamente, y se prevé que en el futuro se generaran diferencias temporarias gravadas o utilidades gravables suficientes para la reversión del impuesto diferido constituido.

5.2.14-NOTA 14) Información por Segmento de Operaciones

Una entidad revelará información que permita a los usuarios de los Estados Contables, evaluar la naturaleza y efectos financieros de las actividades de negocios que desarrolla.

La NIIF 8, Segmentos de Operación, se aplica a Estados Financieros individuales o consolidados de empresas cuya deuda se negocia en un mercado público o que registre sus estados contables en una comisión de valores.

Según la norma antedicha, un segmento de operación es un componente de una empresa con las siguientes particularidades:

- obtiene ingresos e incurre en gastos a través del desarrollo de una actividad de negocio
- los resultados operativos son evaluados por la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación de la entidad
- se dispone de información financiera diferenciada para cada segmento

Toda entidad que cumpla con lo establecido precedentemente, según el párrafo 22 deberá revelar en sus notas:

- los factores que han servido para identificar los segmentos sobre los que se debe informar
- los tipos de productos, a través de los cuales se obtienen ingresos
- información sobre los ingresos ordinarios y los gastos específicos, así como los activos y pasivos

Ejemplo:

Los medios de comunicación y el entretenimiento constituyen las actividades centrales de TV S.A, desarrollándolas a través de las distintas empresas en las que posee participación.

Sobre la base de la naturaleza de las operaciones y los clientes involucrados se han identificado los siguientes segmentos de negocios:

- *Televisión por cable, actividad llevada a cabo por su controlada Cable S.A*
- *Impresión y publicación, integrado por las operaciones llevadas a cabo por la empresa controlada Diario S.A*
- *Producción y distribución de contenidos, integrada básicamente por las acciones realizadas por Productora S.A*
- *Radiofusión, actividad realizada por la controlada Radio S.A*

A continuación se expone la información por segmento de operaciones identificado anteriormente al 31/12/2011:

Información de Resultados Consolidados al 31/12/2011	Televisión por cable	Impresiones y Publicaciones	Producción y Distribución de Contenidos	Radiofusión	Total
Ventas a terceros					
Ventas Intersegmentos					
Ventas totales					
Costos de ventas					
Subtotal					
Gastos					
Amortización					
Resultados Financieros					
Resultados antes de Impuestos					
Impuesto a la Renta					
Resultado del Ejercicio					
Información Patrimonial Consolidada al 31/12/2011					
Activos totales					
Pasivos totales					

5.2.15-NOTA 15) Hechos Posteriores

El Decreto 103/91 establece que deberán indicarse todos aquellos hechos ocurridos entre la fecha de los estados contables y la de su emisión, para proporcionar información al interesado sobre cambios significativos ocurridos que puedan afectar la estructura patrimonial y los resultados futuros.

Ejemplo:

Con fecha 31/01/2012 se recibió una notificación por parte de la URSEC, donde se establece que en base al Art.31 del Decreto 734/78, TV S.A es titular de una deuda por 3.000 U.R por no cumplir con el artículo antes mencionado.

5.2.16-NOTA 16) Participación en la Audiencia Televisiva: Rating

Se debe reflejar en notas a este indicador por excelencia que mide el nivel de audiencia de un medio de difusión. Es un porcentaje que mide la cantidad de personas expuestas a un mensaje y se calcula como el cociente entre la audiencia del medio y el total de la población.

Este indicador debe su importancia al hecho de que los medios que obtengan mayor puntuación de rating serán los que estén en mejores condiciones de comercializar sus espacios publicitarios.

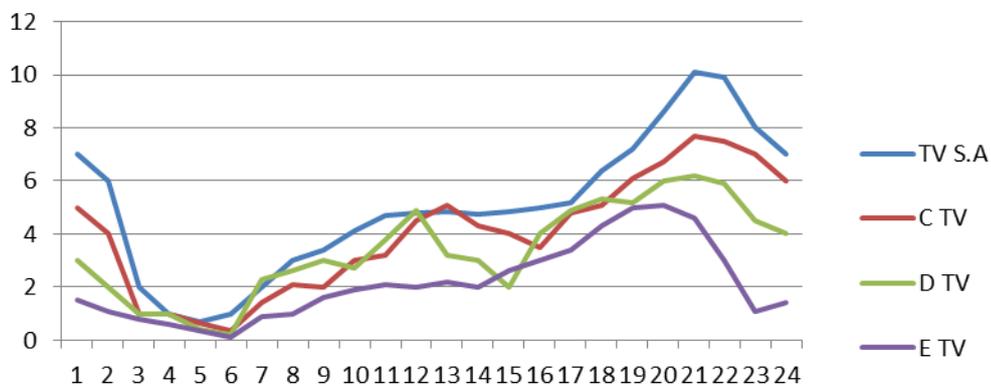
Ejemplo:

Con un escenario marcado por desafíos para la industria y fuertes apuestas de la competencia, TV S.A. logró cumplir con sus objetivos en 2011. Los resultados arrojaron un incremento de la facturación total interanual del orden del 18% y su participación de mercado publicitario tradicional de TV abierta alcanzó el 55,9%.

En 2011, TV S.A. fue el canal líder en televisión abierta. Liderazgo que desde 2008 venía manteniendo únicamente en el Prime Time, donde se concentra el 70% de los ingresos publicitarios. Logró esa posición, gracias a obtener niveles de rating en el Prime Time con 10,1 puntos de rating en promedio en el año 2011, contra 7,8 de su principal competencia. Su profesionalismo, calidad artística, innovación en propuestas y desarrollos tecnológicos, continúan señalándolo como el medio audiovisual más destacado del mercado.

A continuación presentamos una gráfica que representa el nivel de audiencia por franja horaria promedio del año 2011:

RATING PROMEDIO 2011



5.2.17-NOTA 17) Partes Relacionadas

Las transacciones entre integrantes de un grupo económicos deben reflejarse a valor de mercado. En ese contexto, la SIC 31 que es una norma de interpretación de la NIC 18 - Ingresos Ordinarios, la cual refiere a las permutas que comprenden servicios de publicidad, explicita que:

Los ingresos ordinarios por una permuta de servicios publicitarios no pueden ser valorados de forma fiable al valor razonable de los servicios publicitarios recibidos. Sin embargo, el Vendedor puede valorar de forma fiable los ingresos ordinarios por el valor razonable de los servicios publicitarios proporcionados en la permuta, por referencia únicamente a transacciones que no sean de intercambio, que:

- (a) conlleven publicidad similar a la publicidad de la permuta;
- (b) sucedan frecuentemente;
- (c) representen un número importante de transacciones e importe cuando se las compara con todas las transacciones que proporcionan publicidad que sea similar a la que está asociada a la permuta;
- (d) se cancelen en efectivo u otra forma de contrapartida (por ejemplo, títulos cotizados, activos no monetarios, y otros servicios) que tenga un valor razonable que se pueda valorar de forma fiable; y
- (e) no conlleven la misma contraparte que la permuta.

Ejemplo:

17.1 Saldos con partes relacionadas

Los saldos con partes relacionadas son los siguientes:

Créditos por Ventas	31/12/2010	31/12/2011
	M\$	M\$
Radio S.A.		
Diario S.A.		
Productora		
Otros		
Total		

Otros Créditos	31/12/2010	31/12/2011
	M\$	M\$
Radio S.A.		
Diario S.A.		
Productora		
Otros		
Total		

Deudas Comerciales	31/12/2010	31/12/2011
	M\$	M\$
Radio S.A.		
Diario S.A.		
Productora		
Otros		
Total		

Deudas Financieras	31/12/2010	31/12/2011
	M\$	M\$
Radio S.A.		
Diario S.A.		
Productora		
Otros		
Total		

17.2 Transacciones con partes relacionadas

La Sociedad realiza transacciones con partes relacionadas como parte del curso normal de los negocios.

El siguiente es un detalle de las transacciones con partes relacionadas efectuadas por TV S.A.:

Ingresos	31/12/2010	31/12/2011
	M\$	M\$
Producción de programas(a)		
Servicios administrativos(b)		
Publicidad		
Intereses ganados		

Costos	31/12/2010	31/12/2011
	M\$	M\$
Donativos		
Servicios administrativos(b)		
Servicios Tecnicos(d)		
Otros		

(a) Servicios proporcionados a Productora en 2010 y 2011.

(b) El Grupo recibe tanto ingresos como costos de sus afiliadas por servicios, tales como: arrendamiento de inmuebles y equipos, seguridad y otros servicios. Las tarifas por estos servicios son negociadas entre las dos partes. El Grupo proporciona servicios administrativos a afiliadas, las cuales le reembolsan la nómina y los gastos respectivos.

(c) Servicios de publicidad a Radio S.A. y Diario S.A. en 2010 y 2011 y Editorial Clíx, Libros y Videos, S.A. de C.V. (“Editorial Clíx”) en 2010.

(d) En 2010 y 2011, Cable S.A. recibió servicios de una subsidiaria de DirecTV Latin America por la generación, enlace ascendente y enlace descendente de señales.

Otras transacciones con partes relacionadas llevadas a cabo por el Grupo en el curso normal de sus operaciones incluyen las siguientes:

(1) Una firma de consultoría de un familiar de uno de los consejeros del Grupo ha proporcionado servicios de consultoría e investigación en relación con los

efectos de la programación del Grupo en su audiencia. El monto total de honorarios por dichos servicios durante 2010 y 2011 ascendió a \$20,811 y \$21,215, respectivamente.

(2) Un banco de plaza otorgó préstamos al Grupo en condiciones sustancialmente similares a aquellas ofrecidas por el banco a terceros. Algunos miembros del Consejo del Grupo son miembros del consejo de este banco.

(3) Dos consejeros del Grupo son accionistas y miembros del consejo de una empresa argentina que es productora, distribuidora y exportadora de cerveza en Argentina. Dicha empresa contrata servicios de publicidad del Grupo en relación con la promoción de sus productos con tarifas aplicables a terceros por estos servicios de publicidad.

(4) Algunos otros miembros del Consejo actual del Grupo son miembros de los consejos y/o son accionistas de otras empresas, algunas de las cuales contrataron servicios de publicidad con el Grupo en relación con la promoción de sus respectivos productos y servicios con tarifas aplicables a terceros por estos servicios de publicidad.

(5) Durante 2010 y 2011, una firma de servicios profesionales en la cual un consejero actual de la Compañía mantiene cierto interés, proporcionó servicios de asesoría legal al Grupo en relación con varios asuntos corporativos. El monto total de honorarios por dichos servicios ascendió a \$13,459 y \$19,669, respectivamente.

(6) Una empresa de servicios de producción de televisión, indirectamente controlada por una empresa en donde un miembro del Consejo y ejecutivo de la Compañía es accionista, proporcionó servicios de producción al Grupo en 2011, por un monto de \$6973.

(7) Durante 2010 y 2011, el Grupo pagó comisiones sobre ventas a una empresa en donde un miembro del Consejo y ejecutivo de la Compañía es un accionista, por un monto de \$8,731 y \$2723, respectivamente.

(8) Durante 2010 y 2011, una empresa en donde un consejero actual y ejecutivo de la Compañía es un accionista, adquirió servicios de publicidad del Grupo por un monto de \$234,296, \$233,70, respectivamente.

5.2.18-NOTA 18) Unidades Generadoras de Efectivo

Según la definición que aparece en la NIC 36, la unidad generadora de efectivo es el grupo identificable de activos más pequeño, que genera entradas de efectivo que sean, en buena medida, independientes de los flujos de efectivo derivados de otros activos o grupos de activos.

La entidad evaluará, a fecha de cierre de ejercicio, si existe algún indicio de deterioro de valor de algún bien de uso. Si existiera tal indicio, la entidad estimará el importe recuperable del activo, el cual según el párrafo 66 de la NIC 36 se estimará para el activo individualmente considerado o si no fuera posible se determinará para la unidad generadora de efectivo a la que el activo pertenece.

Ejemplo:

Test de deterioro del fondo de comercio:

Al 31 de diciembre de 2011 TV S.A, en base a lo establecido en la normativa contable, ha procedido a realizar un test de deterioro sobre el fondo de comercio y sobre los activos intangibles de vida útil indefinida.

El test de deterioro se ha realizado comparando el valor recuperable de la unidad generadora de efectivo donde están asignados el fondo de comercio y los activos

intangibles de vida útil indefinida, con el valor contable de dicha unidad generadora de efectivo.

De cara al oportuno test de deterioro, la compañía ha utilizado el plan estratégico del negocio de televisión abierta, descontando los flujos de efectivo futuros previstos. Las hipótesis de dichas proyecciones de flujos futuros incluyen la mejor estimación del comportamiento a futuro de los mercados publicitarios, audiencias y evolución de costes. Estas estimaciones se basan en experiencia pasada y proyecciones razonables de acuerdo a fuentes de información externa e interna de la compañía.

Las proyecciones cubren un período de 6 años y para los flujos no contemplados en las mismas, las rentas perpetuas se han estimado utilizando crecimientos de entorno al 2%. Por otro lado, los flujos de efectivo estimados se descuentan a un tipo acorde con las valoraciones actuales de mercado en cuanto a la tasa libre de riesgo y la situación específica del sector. En este sentido, la tasa de descuento utilizada se encuentra en torno al 9,3%.

De acuerdo a los métodos empleados y a las estimaciones de flujos de efectivo calculadas, no existe deterioro del fondo de comercio ni de los activos intangibles de vida útil indefinida.

5.2.19-NOTA 19) Internet

Se debe revelar en nota en primer lugar que se está cumpliendo con el Decreto 387/11, además de los hechos más destacados que tuvo la empresa en materia de

la utilización de Internet como herramienta de expansión. Se debe destacar el uso que la empresa le da a este medio para comunicarse con la audiencia a través de promociones de productos y realización de sorteos. La empresa también actualiza constantemente la página web, usando la última tecnología y una estructura amigable, que permiten la accesibilidad y un uso fácil para todo público. Además, se puede obtener información de la cantidad de ingresos en el portal, y de los videos que los usuarios suben, a modo de indicador de las preferencias e intereses de su audiencia.

Ejemplo:

La Empresa cumplió con el Decreto 387/11, publicando los nombres de los titulares de TV S.A. en una de la secciones de la página web del canal.

TV S.A. considera la actividad en Internet como estratégicamente relevante tanto desde una perspectiva de presente como desde el punto de vista de evolución futura.

TV S.A.com tiene el objetivo de constituirse como una “web” con personalidad e identidad muy definidas y con contenidos muy cercanos y coordinados a los formatos más reconocibles de la compañía.

En este sentido, conviene recordar que TV S.A. es una de las páginas “web” más vistas dentro del sector de Medios.

Se debe resaltar también la producción de contenidos exclusivos para Internet y el lanzamiento de la nueva web “Mi Tele”.

De esta manera, la página web de la compañía es considerada un activo intangible ya que satisface los requisitos de la NIC 38; se puede medir su costo de forma fiable, y su existencia ha permitido obtener nuevos ingresos mediante la venta de publicidad en esta nueva plataforma y se estima de forma razonable los ingresos que generará en los próximos ejercicios.

5.2.20-NOTA 20) Convenio ANDEBU - AGADU

En el año 2007, la Asociación Nacional de Broadcasters Uruguayos (ANDEBU), gremial que agrupa y representa a las empresas privadas de radiodifusión y de televisión, donde TV S.A es parte integrante, y la Asociación General de Autores del Uruguay (AGADU), firmaron un convenio donde se determina el monto anual que debe abonar la compañía por el uso de obras musicales en su emisión televisiva, el cual regirá hasta el año 2013.

Ha correspondido abonar para el año 2011, la suma de.....pesos uruguayos.

CAPÍTULO 6 – TRABAJO DE CAMPO

Nuestro trabajo se enfocó en los canales de televisión abierta, segmentación que fue realizada principalmente tomando en consideración la importancia en la sociedad de este tipo de medios, que se ve reflejada en la llegada masiva al público y por la calidad y diversidad de información que emite. A su vez, a nivel económico, es el medio que recibe mayores ingresos derivados de la contratación de espacios, siendo la publicidad el más importante.

Para comprender cómo desempeñan sus actividades los medios televisivos en el Uruguay tanto en la operativa diaria como en la preparación de los estados contables, nos contactamos con el gerente Financiero de Canal 12, Cr. Fabricio Nossar, quien nos dio un panorama general del funcionamiento y particular de los criterios que aplican para preparar la información contable.

Pudimos constatar que el ingreso principal de estas empresas es la publicidad y su relevancia implica que se refleje el monto obtenido en Notas, separado de Ingresos Diversos. Si bien las propagandas están reguladas por el Decreto 734/78, se pudo corroborar que el tiempo de las publicidades no es controlado por la URSEC hasta la fecha, ya que hay programas que para priorizar el rating se emiten sin cortes comerciales y hay otros casos a los que se les edita el contenido para generar más espacio publicitario. A nivel contable, dentro de los ingresos provenientes de los tiempos de publicidad, solo se registran los ingresos por las ventas de publicidad, sin ser reflejado en los estados contables el espacio

potencial de tanda no aprovechado o utilizado para la promoción de programas propios.

Otro rubro específico es el de Intangibles, el cual está compuesto en su mayoría cuantitativa por derechos de transmisión adquiridos. En notas se debe indicar los montos de las adquisiciones y las amortizaciones del período para los distintos derechos obtenidos, tomándose como criterio admitido para el devengamiento, el método lineal en base a las exhibiciones realizadas, tal como ha sido expuesto en el modelo. Según el FAS 63, también se deben exponer en Notas, aquellos contratos que signifiquen derechos de exhibición celebrados en el ejercicio, pero que por no cumplir con alguna formalidad legal aún no han sido registrados. Esto se puede dar porque al tratarse de proveedores que están en el exterior, se agregan tiempos adicionales al período de revisiones legales y jurídicas existentes.

Para el caso de los programas producidos por las propias emisoras de televisión, ya sean de ficción, culturales o noticieros, se observó que los mismos no son activados, por lo cual solamente son reflejados en el estado de resultados como gastos del período. Esta situación se da porque no se pueden valorar sus ingresos futuros razonablemente, ya que los mismos son la publicidad y no se pueden atribuir únicamente al producto emitido, dado que existen otros atributos como ser la jerarquía, trayectoria del canal de televisión, que hace que un cliente elija dicha emisora para pautar.

Respecto a Propiedades, Planta y Equipo, este rubro se ve afectado por la innovación constante de la tecnología, lo cual implica un gasto mayor en inversión de equipos acordes a la evolución del mercado televisivo global para no perder competitividad frente a las demás empresas del sector. Tomando en cuenta que este monto invertido puede llegar a ser relevante, se debería plasmar en una Nota a los Estados Contables, explicitando las condiciones de dicha inversión.

Basándonos en las características que poseen los medios de comunicación en el Uruguay, una Nota importante es la de Información por Segmentos de Negocios. En la misma se debe detallar los ingresos obtenidos, los costos, el activo y pasivo de cada segmento de operaciones.

También entrevistamos a la Cra. María Stella Rivas, gerente de Administración y Finanzas de URSEC, con quien pudimos comprender que el organismo regulador no cuenta actualmente con información contable de sus regulados pero que hay una necesidad de hacerlo, la cual está plasmada en un proyecto que se llama “Contabilidad Regulatoria”, aún no implementado.

Por otra parte, en AGADU, al entrevistar al Cr. Pablo Radiccioni confirmamos la dificultad de acceder a los balances de los canales de televisión abierta, ya que el interés de esta organización por tenerlos no es menor y, sin embargo, no cuentan con tal información.

Asimismo, al acceder a la base de datos de la Auditoría Interna de la Nación, dimos cuenta que no posee estados contables de los últimos ejercicios de los principales canales de televisión abierta. Únicamente se puede acceder a Balances inferiores al año 2004.

Tomando en cuenta la complejidad para acceder a los estados contables de la empresas uruguayas en este ramo, tuvimos que recurrir a la información proporcionada por operadores de televisión internacionales, como ser Televisa, Grupo Clarín, Televisión Nacional de Chile (TVN), Caracol TV, Antena 3, MEDIASET España Televisión SA, entre otros, para poder contar con un espectro de información mayor.

CAPÍTULO 7 - CONCLUSIONES

En los tiempos que corren, los medios de comunicación juegan un papel muy importante en la vida de las personas. Trazan la opinión pública, son fuentes que ayudan a formar opiniones sobre diversos temas y ocupan directa o indirectamente el tiempo de cada uno de nosotros, ya sea como recreación, comunicación o información.

Siendo tal la importancia de los medios de comunicación, es indispensable contar con una adecuada regulación que contemple todos los aspectos, desde la concesión de licencias y permisos, hasta la manera en que se ajustan a los parámetros vigentes en su modo de operar.

A nivel mundial hemos observado que Estados Unidos es el país que se destaca en materia de regulación contable de este tipo de actividades y lo hace a través de los pronunciamientos emitidos por el *Financial Standard Board*, destacándose el FAS 63. Asimismo, se han encargado de impedir la concentración de la propiedad de los medios de comunicación, tema fundamental para asegurar que exista diversidad de la información y un mercado que asegure acceso e igualdades a los prestadores de servicios.

Actualmente en Uruguay no hay normativa contable específica que regule a las empresas de los medios de comunicación. URSEC contempla la necesidad de otorgar nuevas frecuencias y permisos de radio y televisión abierta y para abonados, en función de las necesidades que presente determinada localidad, llamando a los interesados por medio de licitaciones públicas. Luego controla que cumplan con determinados parámetros operativos, pero no exige ningún tipo de información contable una vez que se encuentra operando la empresa y no tiene cruzamiento de datos con DGI. Esta unidad reguladora se encarga de que las empresas de televisión abierta le informen ante cambios ocurridos en el paquete accionario y también de fiscalizar el equipamiento utilizado, ya que es importante que cumpla con ciertos requisitos para operar correctamente.

Nuestro modelo de notas a los estados contables pretende ser simplemente una guía a ser considerada por los canales de televisión, como fue explicitado anteriormente, la cual facilite que los estados contables con sus notas como parte integrante de los mismos, tengan mayor comparabilidad y calidad en la información presentada. Es cada vez mayor la importancia que tiene la información narrada dentro de los estados contables por lo que consideramos que en el medio local, debería existir una preocupación por la calidad de la información que presentan las empresas. Cada giro comercial tiene particularidades operativas que en su gran mayoría son contempladas por las normas contables internacionales que son obligatorias en nuestro país. Así es el

caso de los canales de televisión y estas particularidades deberían ser expuestas en las Notas a los Estados Contables.

CAPÍTULO 8 - GLOSARIO

Anunciante: Quien es titular de la publicidad.

Artístico: Publicidad dentro de programas de televisión o películas.

Banco Espacio: Cuenta Corriente utilizada en Barter Puro

Barter: Intercambio de publicidad por productos o servicios.

Barter puro: Intercambio de publicidad por publicidad.

Chivo: Ídem Artístico.

Cliente: Quien contrata directamente con la empresa.

Co-Producción: Producción en conjunto entre un canal de televisión y una productora.

Enlatados: Materiales incluidos en un paquete de derechos adquiridos.

Espacio Artístico: Espacio televisivo dedicado a la programación a emitir.

Espacio Publicitario: Espacio televisivo dedicado a emitir publicidad.

Pauta: Espacio publicitario editado para transmitir por televisión.

Producción: Elaboración de un producto televisivo íntegramente por el canal de televisión.

Rappel: descuento que se concede a un cliente por alcanzar un consumo determinado durante un periodo de tiempo establecido.

CAPÍTULO 9 – BIBLIOGRAFÍA

LIBROS Y DOCUMENTOS

“**Contabilidad Superior**”, Enrique Fowler Newton.

“**Contabilidad y sociedades comerciales**”, César Cendoya.

“**Imaginarios y consumo cultural.**” Segundo informe, S. Dominzain, *et al.*

“**La televisión privada comercial en Uruguay. Caracterización de la concentración de la propiedad, las audiencias y la facturación**”. Edison Lanza – Gustavo Buquet.

“**Medios de Comunicación**”. Cr. Gabriel Barrella.

“**Normas Contables Adecuadas – Decreto 162/04 y NICs**” – Ernst & Young.

“**Tipos de Medios de Comunicación**” I. Thompson.

PÁGINAS WEB

www.agadu.org

www.ain.gub.uy

www.ain.gub.uy/nics/trabajo_consultores_nec.pdf

www.amarcuruguay.org

www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per2.htm

www.ccea.com.uy

www.fasb.org

www.parlamento.gub.uy

www.ursec.gub.uy

ESTADOS CONTABLES

[http://www.grupoantena3.com/nuevaa3tv/doc/A3TV_Cuentas_anuales_2010_CO
NSOLIDADO.pdf](http://www.grupoantena3.com/nuevaa3tv/doc/A3TV_Cuentas_anuales_2010_CO
NSOLIDADO.pdf)

<http://www.grupoclarin.com/ir/Estados-Contables>

http://www.tvn.cl/corporativo/2010/eeff/FECU_2011_03.pdf

[http://www.valorem.com.co/sites/default/files/Informe-anual-Estados-financieros-
2010.pdf](http://www.valorem.com.co/sites/default/files/Informe-anual-Estados-financieros-
2010.pdf)