

REVERSIÓN GASTOS DE PERÍODOS ANTERIORES Y TRATAMIENTO DE CARGOS DIFERIDOS A LA PUBLICIDAD

(Concepto CCTCP 238 de Junio 3 de 1999)

1. SÍNTESIS DE LA CONSULTA

- La Compañía fue creada en enero de 1996 y generó su primera venta en el mes de mayo de ese mismo año.
- El objeto social consiste principalmente en la importación y venta de electrodomésticos.
- Con el propósito de dar a conocer el nombre de la Compañía en el mercado nacional, se ha efectuado durante 1996 y 1997 una importante inversión en publicidad, la cual se ha contabilizado directamente en los resultados del ejercicio.
- Actualmente la Compañía presenta pérdidas importantes, las cuales se han generado principalmente por la diferencia en cambio, gastos financieros y el registro contable de la publicidad y propaganda en los resultados.
- Una de las alternativas para mejorar la situación desde el punto de vista del estado de resultados, es revertir los registros efectuados hasta la fecha por concepto de publicidad e implementar una nueva política de amortización.
- No es factible conocer de una manera razonable, como y en que medida ha contribuido la publicidad a la generación del ingreso.

PREGUNTAS

- Es factible revertir los gastos por publicidad efectuados hasta la fecha de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados en Colombia?
- En el evento de que lo anterior sea posible, es necesario documentar y soportar apropiadamente las razones por las cuales se considera que la política anterior estaba errada y el estudio que soporta la nueva política?
- Qué revelaciones se requieren para presentar esta situación en los estados financieros de fin de ejercicio?
- Qué factores deberían considerarse para determinar el tiempo en el cual se amortizarían los desembolsos por conceptos de publicidad?

1. ANTECEDENTES

De acuerdo con la técnica contable, los diferidos representan desembolsos y obligaciones contraídas en operaciones tendientes al mejoramiento del desarrollo del

objeto social y cuyos beneficios o resultados se obtienen en ejercicios posteriores. Por tanto para que un cargo se pueda diferir y figurar en el activo de un balance, es necesario que tal gasto represente para la sociedad un beneficio, un provecho en los ejercicios posteriores a la época del desembolso, o que represente un ahorro social para futuros ejercicios.

El Decreto 2650 de 1993 mediante el cual se modifica el plan único de cuentas para los comerciantes, al referirse a la cuenta 1710 define como cargos diferidos “...aquellos bienes y servicios recibidos de los cuales se espera obtener beneficios económicos futuros.”, y a continuación hace una enumeración de aquellas operaciones que deben registrarse en el rubro mencionado. Dentro de la relación que establece la norma citada, se encuentra la publicidad, propaganda y promoción, concepto que se amortizará durante un período de tiempo igual al establecido para el ejercicio contable.

3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El artículo 67 del Decreto 2649 de 1993 establece que “...2) Cargos diferidos, que representan bienes o servicios recibidos de los cuales se espera obtener beneficios económicos en otros períodos. Se deben registrar como cargos diferidos los costos incurridos durante las etapas de organización, construcción, instalación, montaje y puesta en marcha...” “...La amortización de los cargos diferidos se debe reconocer desde la fecha en que se originen ingresos...”.

Por su parte la norma básica de asignación en el artículo 54 del citado decreto, dispone que, “Los costos de los activos y los ingresos y gastos diferidos, reexpresados como consecuencia de la inflación cuando sea el caso, deben ser asignados o distribuidos en las cuentas de resultados, de manera sistemática, en cumplimiento de la norma básica de asociación. La asignación del costo de las propiedades, planta y equipo se denomina depreciación. La de los recursos naturales, agotamiento y la de los diferidos e intangibles amortización. Las bases utilizadas para calcular la alícuota respectiva deben estar técnicamente soportadas. Los cambios en las estimaciones iniciales se deben reconocer mediante la modificación de la alícuota correspondiente, en forma prospectiva, de acuerdo con las nuevas estimaciones.” (subrayado fuera de texto)

A su vez el artículo 47 en su inciso tercero determina que “La administración debe conocer las transacciones en la misma forma cada período, salvo que sea indispensable hacer cambios para mejorar la información.”

Según el artículo 96 del Decreto 2649 de 1993, “...en cumplimiento de las normas de realización, asociación, y asignación, los ingresos y los gastos se deben reconocer de tal manera que se logre el adecuado registro de las operaciones en la cuenta apropiada, por el monto correcto y en el período correspondiente, para obtener el justo cómputo del resultado neto del período...”

Ahora bien, el artículo 13 del mismo decreto define como norma básica el principio de asociación, así: “Se deben asociar con los ingresos devengados en cada período los costos y gastos incurridos para producir tales ingresos, registrando unos y otros simultáneamente en las cuentas de resultados.”

4. CONSIDERACIONES ESPECIALES

Es importante anotar que por las circunstancias coyunturales en el sentido de “mejorar la situación desde el punto de vista del estado de resultados de una empresa”, no se puede pretender acomodar los asientos contables con el fin de obtener resultados en un sentido que favorezcan intereses particulares en detrimento de la pureza de la información contable que afecta a terceros destinatarios de los estados financieros.

5. CONCEPTO DEL CONSEJO TÉCNICO DE LA CONTADURÍA PÚBLICA

1. Como consecuencia de lo expuesto anteriormente, el Consejo Técnico de la Contaduría Pública, concluye, que no es factible revertir los gastos pagados por concepto de publicidad y propaganda registrados en el estado de resultados correspondiente a los años 1996 y 1997.

Es oportuno anotar que de acuerdo con lo establecido en la descripción del código 1710 del Plan Unico de Cuentas para Comerciantes, los desembolsos por concepto de publicidad, propaganda y promoción, podrán registrarse como un cargo diferido y amortizarse durante un período igual al establecido para el ejercicio contable.

Por tanto las erogaciones efectuadas por el ente económico, ya fueron absorbidas durante el período de 1997 y 1998.

2. Este punto de la consulta queda resuelto en el numeral anterior.
3. En cuanto a las revelaciones que se requieren respecto de los cargos diferidos, es necesario consultar, lo dispuesto en el artículo 115 del Decreto 2649 de 1993, en especial lo descrito en el numeral 5.
4. Para darle el tratamiento de cargos diferidos a los gastos de publicidad y propaganda, se debe establecer si de tales erogaciones se puede obtener con razonable seguridad beneficios futuros, es decir en la obtención de los ingresos en ejercicios posteriores. No obstante como ya se anotó anteriormente, el período de amortización debe ser igual al tiempo establecido para el ejercicio contable.