

Opinión



**Guillermo Rebolledo**

Diplomado en Estudios Avanzados, Universidad Autónoma de Madrid.  
Contador Público y Auditor Universidad de La Frontera  
Académico Departamento de Administración y Economía, Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales, Universidad La Frontera

**Los ingresos por ventas de bienes o servicios son la preocupación central de la administración de una entidad que desea crecer y lograr beneficios netos positivos al término del ejercicio comercial, y no se inventan o no surgen por arte de magia, sino que la posibilidad de generar esos ingresos se inicia en la medida que las empresas logran satisfacer las necesidades de sus clientes.**

## La necesidad de asegurar la trazabilidad e integridad de los ingresos según NIIF 15

**El reconocimiento de los ingresos por ventas o mencionados como ingresos ordinarios de una empresa bajo los estándares de las NIIF**, es una materia que surge al análisis desde el momento en que existen entidades que realizan actividades comerciales de venta de bienes o prestación de servicios, y claramente eso ha ocurrido mucho antes de la adopción de las NIIF en Chile desde el año 2009 e incluso mucho antes de la creación de los PCGA en Chile en la década del 70.

Los ingresos por ventas de bienes o servicios son la preocupación central de la administración de una entidad que desea crecer y lograr beneficios netos positivos al término del ejercicio comercial, y no se inventan o no surgen por arte de magia, sino que la posibilidad de generar esos ingresos se inicia en la medida que las empresas logran satisfacer las necesidades de sus clientes.

Ahora bien, la NIIF 15 de Ingresos de Actividades Ordinarias procedentes de Contratos con los Clientes que ha entrado en vigencia desde el 1º de enero de 2018, justamente nos hace cuestionarnos o visitar nuestro ciclo y relación comercial con los clientes desde el momento en que éstos son incorporados en las bases de datos de las empresas, ya que esta norma exige que la entidad que va a reconocer ingresos ordinarios, primera-

mente verifique la existencia de la relación contractual con el cliente, y aunque esto parece obvio a primera vista, también es justo mencionar que ante la venta de ciertos bienes y servicios ese cuestionamiento no nos lo habíamos hecho de la forma metodológica que requiere la NIIF 15.

Hasta el cierre de 2017 teníamos vigentes la NIC 11<sup>1</sup> y la NIC 18<sup>2</sup>, que en general, enfocadas en sus materias de análisis se centraban en el reconocimiento del ingreso de ventas y servicios, como de ingresos provenientes de los contratos de construcción y en ciertos tópicos específicos de medición posterior solicita revisar el contrato, sin embargo, la NIIF 15 requiere que dentro de los 5 pasos del modelo único de análisis, el primero de ellos sea “identificar el contrato”. La identificación del contrato, aunque es un proceso simple a primera vista, requiere de la coordinación y comunicación fluida al interior de la empresa entre al menos las áreas comercial, de créditos, legal, operación y obviamente la financiera, ya que los “acuerdos” comerciales que son plasmados en los contratos con los clientes implican que:

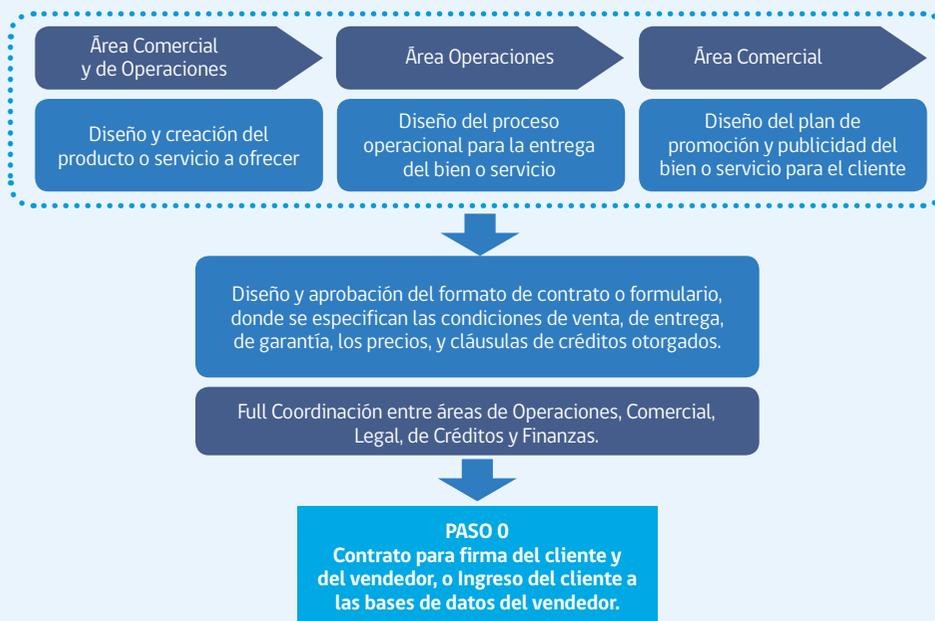
» El área comercial está ofreciendo a cambio de un determinado valor o precio cumplir con ciertos compromisos u obligaciones al momento de proponer el acuerdo.

- » El área de créditos deberá gestionar la facturación y cobranza del valor de la venta en la medida que haya adquirido la empresa vendedora el derecho a ese cobro en función de los compromisos a cumplir al cliente.
- » El área legal genera y valida en su ámbito las condiciones y cláusulas de los contratos, y cuando éstos (los contratos) son repetitivos para servicios y clientes de similar naturaleza, entonces se generan modelos de contratos estándares, tipo formularios.
- » El área de operaciones, dependiendo del tipo de venta de que se trate es la que debe dar cumplimiento a la entrega del bien o servicio en las condiciones acordadas.

La relación de estas áreas o funciones dentro de una empresa se pueden apreciar en la figura 1.

Vale decir, la existencia de un contrato es el punto de partida necesario para poder sustentar adecuadamente los ingresos de actividades ordinarias sobre una base devengada del cumplimiento de las obligaciones de desempeño y que ésta además sea aceptada por el cliente para que la cuenta por cobrar que se genera pueda ser cobrable a futuro.

**FIGURA 1. ÁREAS DE LA EMPRESA QUE FORMALIZAN LA RELACIÓN CON EL CLIENTE - ELABORACIÓN PROPIA.**



<sup>1</sup> NIC 11 - Contratos de Construcción

<sup>2</sup> NIC 18 - Ingresos de Actividades Ordinarias (Reconocimiento de Ingresos)

Entonces, lo que sugiere la NIIF 15 es un modelo de análisis desde el contrato con el cliente que se compone de cinco pasos:

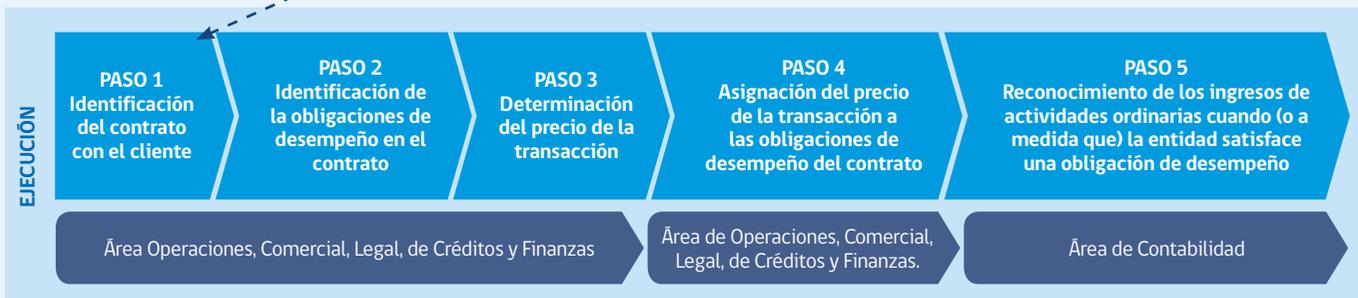
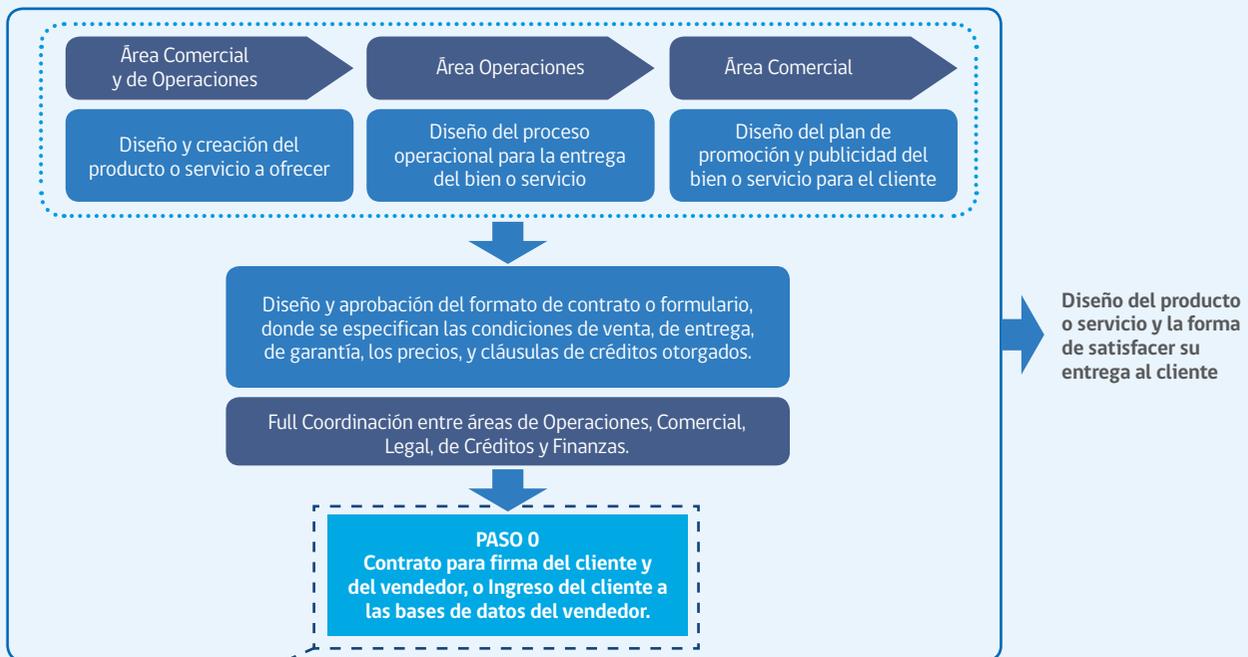
- Paso 1:** Identificación del contrato con el cliente.
- Paso 2:** Identificación de las obligaciones de desempeño en el contrato.
- Paso 3:** Determinación del precio de la transacción.
- Paso 4:** Asignación del precio de la transacción a las obligaciones de desempeño del contrato.
- Paso 5:** Reconocimiento de los ingresos de actividades ordinarias cuando (o a medida que) la entidad satisface una obligación de desempeño.

Con estos cinco pasos la Norma nos plantea un desafío de “análisis” y “entendimiento” válido y necesario para asegurar la trazabilidad de la información que incorporaremos en el estado de resultados de las empresas desde el inicio de la relación con el cliente, y si además estos 5 pasos se articulan con las áreas y los procesos señalados en la figura 1 anterior, podemos tener una excelente herramienta para monitorear la integridad de los datos, de los derechos y por consecuencia de nuestros ingresos ordinarios.

Entonces, ¿es suficiente que el área contable financiera evidencie los 5 pasos sólo al momento de entrar en vigencia esta norma en el 2018?

Claramente que no es suficiente, y como en muchas situaciones, a veces es conveniente mirar el proceso y el ciclo de negocios, entonces ahí nos encontraremos con lo siguiente expuesto en la figura 2.

**FIGURA 2. ÁREAS DE LA EMPRESA QUE FORMALIZAN LA RELACIÓN CON EL CLIENTE - ELABORACIÓN PROPIA.**



Para que estemos frente a este proceso, es lógico que la empresa que vende haya evaluado los costos de los bienes que va a vender, o de los servicios que prestará o del contrato de construcción que ejecutará; por lo tanto, antes de generar y aprobar el formato de contrato, y el contrato con el cliente por primera vez, la entidad debe haber estimado o presupuestado los ingresos y costos que espera que dicho contrato le genere. Por lo tanto, antes de firmar el contrato y obviamente luego de firmado este por el vendedor y comprador (futuro cliente), ya tenemos toda la información necesaria para dar cumplimiento a los pasos 1 al 4 del modelo requerido por la NIIF 15 como se muestra en la figura 2, y es un proceso donde han participado las áreas antes mencionadas (comercial, cobranza, legal y operacional), en efecto con este proceso operacional previo podemos cumplir con 4 de los 5 pasos desde el momento que se genera el contrato y no al cierre de los estados financieros, lo que implica que las empresas tendrán un gran esfuerzo de adecuación el 2018 de efectuar este análisis de los 5 pasos del stock de contratos, pero desde el 2019 en adelante, dicho análisis debe ser efectuado desde el momento que se firma el contrato, en caso que cada contrato sea diferente (como es el caso de las empresas constructoras) o desde el momento en que se genera el “formato” estándar aprobado por el área legal, ya que de esa forma el análisis de los 4 pasos se cubre para todos los contratos de similares características.

Esto puede permitir a la empresa tener una “matriz” o bases de datos de contratos/clientes, ya sea uno a uno, o agrupados por contratos y ventas de similar naturaleza: y con esa matriz o base de datos, es adecuado trabajar en el análisis y ejecución del paso 5 que asegura la trazabilidad final del reconocimiento de los ingresos, que no es cuando se emite la factura, ya que la emisión de la factura es un procedimiento de control y cumplimiento tributario sobre base devengada del IVA y no sobre la base de las obligaciones de desempeño que se devengan para el estado de resultados, independiente de cuando se facturen y cobren la venta de esos bienes y servicios.

El desafío de las empresas es estructurar un modelo de operación de sus procesos que permita dar seguimiento en cada momento a los 4 primeros pasos antes de confirmar el registro en el estado de resultados de los ingresos, de forma tal que el equipo financiero contable concentre sus esfuerzos en el análisis de las situaciones excepcionales o especiales que pueden requerir de una revisión más minuciosa. Por lo tanto, la NIIF 15 no viene a cuestionarnos la partida doble del proceso de venta, sino que la confirmación que éstos están “acordados” tanto por el vendedor como por el comprador, y que el cliente que luego de sentir satisfecha la obligación de desempeño de parte del vendedor tiene la obligación de pagar por el mismo y el vendedor tiene el derecho de cobrar esa cuenta.

Para concluir, la trazabilidad desde el origen de los ingresos ordinarios del estado de resultados se inicia al “devengo” con el cliente desde la firma de contrato o acuerdo. Sin embargo, la empresa debe tener su modelo de negocios estructurado mucho antes de firmar el contrato, y esa estructuración interna debe estar coordinada entre las áreas comercial, de operaciones, legal, de créditos permite dar cumplimiento a los 4 pasos previos al reconocimiento contable del ingreso. 



**El desafío de las empresas es estructurar un modelo de operación de sus procesos que permita dar seguimiento en cada momento a los 4 primeros pasos antes de confirmar el registro en el estado de resultados de los ingresos, de forma tal que el equipo financiero contable concentre sus esfuerzos en el análisis de las situaciones excepcionales o especiales que pueden requerir de una revisión más minuciosa.**