

NIIF 15 – Ingresos provenientes de contratos con clientes

27 de Julio de 2016

Modelo de reconocimiento de ingresos

Principio central

El ingreso es reconocido para describir la transferencia de bienes o servicios

Paso 1 – Identificar el contrato con el cliente



Paso 2 – Identificar la/s obligaciones de ejecución en el contrato



Paso 3 – Determinar el precio de la transacción



Paso 4 – Alocar el precio de la transacción



Paso 5 – Reconocer ingreso en el momento o período en que se satisface la obligación de ejecución

Modelo de reconocimiento de ingresos – un ejemplo simple

Un ejemplo simple....

- **Contrato:** Una entidad vende los productos X, Y y Z a un cliente
- **Precio de la transacción:** C18m, 50% por adelantado, 50% cuando los tres productos hayan sido entregados
- **Precio individual:** Cada producto vendido por separado tiene un precio de C8m
- **Naturaleza de los productos:**
 - **Producto X:** Bien material. El control es transferido en un momento dado
 - **Producto Y:** Bien material. El control es transferido en un momento dado
 - **Servicio Z:** Servicio “transferido” durante 1 año

Modelo de reconocimiento de ingresos – un ejemplo simple

Paso 1 – Existe un contrato firmado

Contrato

Un acuerdo entre dos o más partes que crea derechos y obligaciones exigibles (no necesariamente por escrito)

- Aprobado
- Derechos de cada parte identificada
- Condiciones de pago identificadas
- Sustancia comercial
- Cobrabilidad

Modelo de reconocimiento de ingresos – un ejemplo simple

***Paso 2** – El cliente puede beneficiarse de X, Y y Z de forma separada, ya que son vendidos por separado- 3 obligaciones de ejecución*

***Paso 2** – Identificar la/s obligaciones de ejecución en el contrato*

Modelo de reconocimiento de ingresos – un ejemplo simple

Paso 3 – El precio de la transacción es fijo: C18m.

Consideración variable

Componentes
financieros significativos

Consideración non-cash

Consideraciones a ser
pagadas al cliente

Modelo de reconocimiento de ingresos – un ejemplo simple

Step 4 – 25% de descuento alocado uniformemente entre X, Y, Z

Precio individual = CU24m
Precio de transacción = CU18m
Descuento total = 25%
Descuento * individual = CU6m

1

- Precio observable del bien o servicio que se vende por separado

2

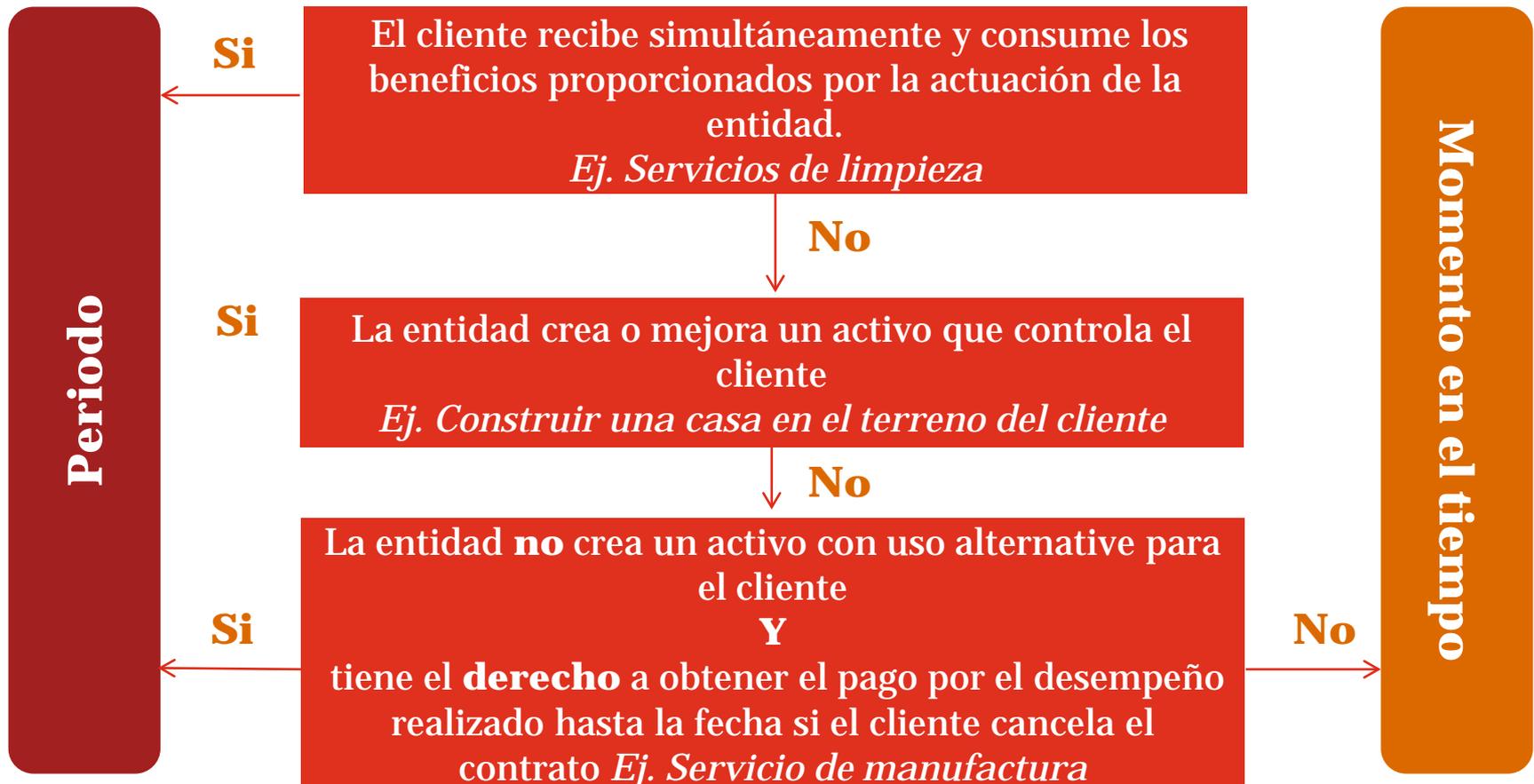
- Estimar precios de venta si no son observables
- Enfoque de precio de mercado ajustado o un enfoque de costo más margen esperado

3

- Enfoque residual ...
- Sólo cuando el precio de venta es muy variable o incierto (diferente al método residual actual)

Modelo de reconocimiento de ingresos – un ejemplo simple

Paso 5 – C6m cada uno = Reconocido cuando el control de X / Y es transferido
C6m = reconocido durante el período en el que el servicio Z es prestado



Muchas gracias!

 @PwC_Argentina

 /PwCArentina

 /PwCArentina

Esta publicación ha sido preparada para una orientación general acerca de asuntos de interés solamente, y no constituye asesoramiento profesional. Los receptores de la misma no deben actuar en base a la información contenida en esta publicación sin obtener asesoramiento independiente. No se efectúa manifestación ni se otorga garantía alguna (expresa o implícita) con respecto a la exactitud o integridad de la información contenida en esta publicación y, en la medida en que lo permite la ley, PwC Argentina, sus miembros, empleados y agentes no aceptan ni asumen ninguna responsabilidad, ni deber de cuidado por cualquier consecuencia de su accionar, o del accionar de terceros, o de negarse a actuar, confiando en la información contenida en esta publicación, o por ninguna decisión basada en la misma.

© 2013 En Argentina, las firmas miembro de la red global de PricewaterhouseCoopers International Limited son las sociedades Price Waterhouse & Co. S.R.L., Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L. y PricewaterhouseCoopers Jurídico Fiscal S.R.L., que en forma separada o conjunta son identificadas como PwC Argentina.