

Dilema 19

Autoras responsables:

Adriana Cabello
Catalina Aliste



Caso ficticio, creado con fines académicos

El bono por mermas

Cuando la estrategia no es tomada en cuenta.

Marcela, es contadora de una fábrica e importadora de calzados que destaca por la excelencia y calidad de sus productos. Como parte de sus funciones, Marcela debe no sólo supervisar los registros contables sino que también realizar visitas periódicas a las sucursales, debido al poco personal administrativo disponible. Para el año 2018, la empresa comprometió la entrega de un bono a la tienda que obtuviera mayores utilidades durante los tres primeros meses del año. La sucursal que se adjudicó dicho bono fue la sucursal de Santiago centro. Debido a que durante el mes de marzo de ese año la empresa implementó como estrategia de venta, la realización de importantes descuentos en los productos, Marcela debió ir más de una vez a la tienda. En una de sus visitas se percató de una situación extraña. Los costos de algunos pares de zapatos que ya habían sido vendidos, eran considerablemente bajos. Se trataba de mercadería con fallas de fábrica que habían sido proporcionados por la encargada de la fábrica de la empresa aun cuando debían ser consignadas como mermas. El administrador sostiene que los zapatos fueron vendidos para ayudar económicamente a un vendedor extranjero que no tiene los medios suficientes para poder traer a su familia a vivir en mejores condiciones a Chile. Marcela no sabe qué hacer, ya que contablemente está todo en orden y delatar estas prácticas a la tienda implicaría más de un despido. Al mismo tiempo sabe que si no denuncia, perjudicaría en varias dimensiones a la empresa. ¿Qué debería hacer Marcela?

Calzados "Moda&Glamour" es una empresa con más de diez años en el mercado de la moda, dedicada a la confección y comercialización de calzados de mujer. Actualmente, cuenta con 5 sucursales en la Región

Metropolitana, ubicadas en Providencia (tienda y oficina central), Ñuñoa, Las Condes, Vitacura y Santiago (tienda y fábrica), y dos sucursales más en La Serena y Viña del Mar.

Esta empresa destaca por la excelencia de sus productos en cuanto a confección y calidad de las materias primas utilizadas, sin embargo, no utiliza tecnologías y sistemas de centralización de información avanzados, ya que la gerencia piensa que no es necesario. Por esta razón, muchos de sus procesos de recopilación de información, son manuales. En este contexto, los trabajadores (siete por tienda), juegan un rol fundamental en el traspaso de información a la oficina central, ya que semanalmente deben ingresar al sistema central información sobre las ventas realizadas. Cada tienda funciona de forma independiente a las otras y los vendedores trabajan con sueldo fijo.

La contabilidad de la empresa se encuentra a cargo de Marcela, quien trabaja en la empresa desde sus inicios. Sus principales funciones consisten en revisar y supervisar los registros contables de las sucursales y confeccionar los estados financieros con la información que, en cada tienda, ingresa el administrador al sistema central. Además y debido a que la empresa cuenta con muy poco personal administrativo, Marcela debe verificar que los registros realizados por las sucursales sean correctos. Para lograr este objetivo, realiza visitas periódicas a cada una de ellas, revisando los movimientos de stock y sus valorizaciones correspondientes (revisión de las tarjetas de existencias, realización de inventarios físicos, entre otras funciones). Con ello, se busca evitar problemas de representación fiel de la información¹. Estas visitas son fundamentales, ya que el sistema utilizado actualmente por la empresa recibe información general y con bajo nivel de detalle, siendo sencillo cometer errores al ingresar los datos o bien adulterar la información real.

Marcela es bastante sociable y por esta razón no le molesta realizar las visitas mensuales a las tiendas. Sin embargo, cree que el negocio no va a perdurar si no se invierte en sistemas de información más sofisticados para recoger los datos de la empresa. Por esta razón, ha conversado con los gerentes con el fin de plantear su punto de vista, esto es, la importancia de mejorar el control interno de la compañía a través de la automatización de los registros de entrada y salida de los productos. Pese a ello, aun no ha logrado convencerlos de realizar una innovación de estas características.

Debido a que en el año 2017 la empresa no logró la utilidad que se había propuesto, estableció como

incentivo para aumentar las ventas en 2018, entregar un bono de \$7.000.000 a la tienda que obtuviera mayores utilidades durante los tres primeros meses del año. Esto implicaría repartir el dinero en partes iguales a todos los trabajadores, de modo de reconocer y premiar el esfuerzo conjunto de los vendedores de la tienda y así mantenerlos motivados el resto del año.

En este contexto, durante el mes de enero de 2018, Marcela realizó la visita correspondiente a la tienda ubicada en Santiago Centro, donde conoció a Juan Carlos Rodríguez, uno de los vendedores recientemente contratado por la empresa. Se trata de un inmigrante venezolano que lleva siete meses en el país buscando estabilidad económica que le permita traer a su familia a vivir con él, debido a que actualmente ésta vive en condiciones precarias y poco esperanzadoras. La contadora ha escuchado buenos comentarios de Juan Carlos, puesto que ha demostrado ser un trabajador responsable y comprometido con su empleo, además de manifestar una gran disposición a ayudar a sus compañeros y superiores. Considera que su desempeño ha sido destacable considerando las características del administrador de la sucursal, Roberto Fernández, quien es conocido por ser muy exigente y fuertemente orientado hacia los resultados. Por estas razones y su trato afable, inmediatamente simpatiza con el trabajador.

Posteriormente, durante el mes de marzo, la estrategia de la empresa fue vender el calzado de verano con descuentos que alcanzaron hasta un 70% de descuento, logrando con ello aumentar considerablemente las ventas realizadas. A fines de marzo, la sucursal que consiguió adjudicarse el bono del primer trimestre, fue la de Santiago Centro. Debido al incremento de las ventas, durante ese mes Marcela tuvo que visitar las tiendas más de una vez, con el fin de asegurarse de que todo anduviera bien, especialmente respecto a las rebajas y a la información ingresada. Precisamente, en una de estas inspecciones, se percató de un gran cambio en el costo de algunos productos, particularmente en uno de ellos: "Sandalia Romana de color negro". Al revisar el control del inventario, es decir, la tarjeta de existencias² del producto, notó una entrada de mercadería con un costo considerablemente bajo, que resultaba prácticamente imposible considerando el proceso de producción que realiza la fábrica.

1 Anexo 1: Extracto de marco conceptual para la información financiera.

2 Anexo 2: Extracto del control de existencias mes de marzo 2017 - Tienda Santiago Centro

Ante esto, Marcela se puso en contacto inmediatamente con Roberto Fernández, con el fin de aclarar la situación. Algo nervioso y sabiendo que la contadora de la empresa no era fácil de engañar, el administrador le confiesa que ingresaron algunos pares de zapatos con fallas, considerados por política de la empresa, como mermas. Esto ocurrió luego de que la encargada de fábrica y distribución de mercadería, Rocío, se percatara de una alta cantidad de zapatos mal confeccionados³, producto de una mala gestión. Muy preocupada por esta situación, apeló a la relación cercana que tenía con Roberto para pedirle ayuda. Luego de varias conversaciones, llegaron al acuerdo de enviar los zapatos fallados a la sucursal de Santiago Centro con un costo significativamente inferior. Rocío le comentó que los productos ya se encontraban ajustados desde el año pasado a su valor neto de confección, por lo que realizar la transferencia no implicaría una pérdida para su unidad⁴. Roberto, después de meditarlo, pensó que era un buen acuerdo ya que ambos saldrían beneficiados: ella mediante el encubrimiento de su mala gestión y él, con la posibilidad de mejorar su margen de ventas al tener un costo menor.

Roberto le comenta a Marcela que estas ventas a bajo costo le parecieron una buena forma de ayudar a Juan Carlos, quien le había solicitado personalmente ayuda económica para poder traer a Chile a su familia, lo cual se volvía plausible con la adjudicación del bono. También le cuenta que el trabajador estaba al tanto de la falla de los pares, por lo que realizó las ventas rápidamente, encargándose de convencer a los clientes que no había nada extraño con los zapatos. Acordaron que en caso de existir reclamos por parte de los clientes, se aludiría a un mal uso y no a problemas en la confección.

Marcela conoce la estrategia y también el prestigio que tiene la empresa. Sabe que está estrictamente prohibido vender mercadería que presente cualquier tipo de falla de fábrica, sin embargo, al mismo tiempo tiene claro que no hay problema alguno con los registros de la tienda. Por una parte, cree que a Roberto sólo le interesa su propio beneficio, el cual se ve reflejado en la motivación que tiene para ganarse la confianza de los gerentes y buscar ser reconocido como el mejor administrador de la empresa. Además, piensa que esta irregularidad le permitiría contar con más argumentos para que los gerentes decidan incorporar sistemas de información más

sofisticados, que arrojen mayor nivel de detalle, y de este modo, evitar que ocurran este tipo de situaciones en el futuro. Sin embargo, por otra parte piensa que si delata estas malas prácticas, Rocío y Juan Carlos se verían perjudicados con la pérdida de su empleo, afectando especialmente a este último.

En relación al caso leído, ¿qué dilema ético enfrenta Marcela?

¿Cuáles son las alternativas de solución posibles para enfrentar este conflicto?

¿Qué implicancias tiene, para la empresa, que se venda mercadería con fallas? ¿y para los clientes?

¿Marcela debería denunciar todo tipo de situaciones irregulares o enfocarse en su rol como contadora?

¿Qué tipo de iniciativas podría realizar la empresa para evitar este tipo de circunstancias?

¿Cómo mejoraría la gestión de inventario de cada sucursal?

¿Qué procedimiento debió realizar esta empresa al percatarse de los productos con fallas?

¿Qué rol debiese cumplir un Ingeniero en Información y Control de Gestión/Contador Auditor si evidencia tal situación?

³ Dentro de las fallas encontradas, se destaca tela descosida, suelas sin protección para climas adversos, falta del componente amortiguación, colores diferentes a los propuestos, entre otras.

⁴ Anexo 3: Extracto Norma Internacional de Contabilidad 2.

Anexos

Anexo 1: Extracto de Marco conceptual para la información financiera

Características cualitativas de la información financiera útil

CC4 Si la información financiera ha de ser útil, debe ser relevante y representar fielmente lo que pretende representar. La utilidad de la información financiera se mejora si es comparable, verificable, oportuna y comprensible.

Características cualitativas fundamentales

CC5 Las características cualitativas fundamentales son la *relevancia* y la *representación fiel*.

Relevancia

CC6 La información financiera relevante es capaz de influir en las decisiones tomadas por los usuarios. La información puede ser capaz de influir en una decisión incluso si algunos usuarios eligen no aprovecharla o son ya conocedores de ella por otras fuentes. A lo largo de este *Marco Conceptual*, los términos características cualitativas y restricciones se refieren a las *características cualitativas y restricciones* de la información financiera útil.

CC7 La información financiera es capaz de influir en las decisiones si tiene valor predictivo, valor confirmatorio o ambos.

CC8 La información financiera tiene valor predictivo si puede utilizarse como un dato de entrada en los procesos empleados por usuarios para predecir resultados futuros. La información financiera no necesita ser una predicción o una previsión para tener valor predictivo. La información financiera con valor predictivo es empleada por los usuarios para llevar a cabo sus propias predicciones.

CC9 La información financiera tiene valor confirmatorio si proporciona información sobre (confirma o cambia) evaluaciones anteriores.

CC10 El valor predictivo y el valor confirmatorio de la información financiera están interrelacionados. La información que tiene valor predictivo habitualmente también tiene valor confirmatorio. Por ejemplo, la información de ingresos de actividades ordinarias para el ejercicio corriente, que puede ser utilizada como base para la predicción de ingresos de actividades ordinarias en ejercicios futuros, puede también compararse con predicciones de ingresos de actividades ordinarias para el ejercicio actual que se realizaron en ejercicios pasados. Los resultados de esas comparaciones pueden ayudar a un usuario a corregir y mejorar los procesos que se utilizaron para hacer esas predicciones anteriores.

Materialidad o Importancia relativa

CC11 La información es material o tiene importancia relativa si su omisión o expresión inadecuada puede influir en decisiones que los usuarios adoptan a partir de la información financiera de una entidad que informa específica. En otras palabras, la materialidad o la importancia relativa es un aspecto específico de la relevancia de una entidad, basado en la naturaleza o magnitud, o ambas, de las partidas a las que se refiere la información en el contexto del informe financiero de una entidad individual. Por consiguiente, el Consejo no puede especificar un umbral cuantitativo uniforme para la materialidad o importancia relativa, ni predeterminar qué podría ser material o tener importancia relativa en una situación particular.

Representación fiel

CC12 Los informes financieros representan fenómenos económicos en palabras y números. Para ser útil, la información financiera debe no sólo representar los fenómenos relevantes, sino que también debe representar fielmente los fenómenos que pretende representar. Para ser una representación fiel perfecta, una descripción tendría tres características. *Sería completa, neutral y libre de error.*

Naturalmente, la perfección es rara vez alcanzable, si es que lo es alguna vez. El objetivo del Consejo es maximizar

esas cualidades en la medida de lo posible.

CC13 Una descripción completa incluye toda la información necesaria para que un usuario comprenda el fenómeno que está siendo representado, incluyendo todas las descripciones y explicaciones necesarias. Por ejemplo, una representación completa de un grupo de activos incluiría, como mínimo, una descripción de la naturaleza de los activos del grupo, una descripción numérica de todos los activos del grupo, y una descripción de qué representa la descripción numérica (por ejemplo, costo original, costo ajustado o valor razonable). Para algunas partidas, una descripción completa puede también conllevar explicaciones de hechos significativos sobre la calidad y naturaleza de las partidas, los factores y las circunstancias que pueden afectar a su calidad y naturaleza, y el proceso utilizado para determinar la descripción numérica.

CC14 Una descripción neutral no tiene sesgo en la selección o presentación de la información financiera. Una descripción neutral no está sesgada, ponderada, enfatizada, atenuada o manipulada de otra forma para incrementar la probabilidad de que la información financiera sea recibida de forma favorable o adversa por los usuarios. Información neutral no significa información sin propósito o influencia sobre el comportamiento. Por el contrario, la información financiera relevante es, por definición, capaz de influir en las decisiones de los usuarios.

CC15 Representación fiel no significa exactitud en todos los aspectos. Libre de error significa que no hay errores u omisiones en la descripción del fenómeno, y que el proceso utilizado para producir la información presentada se ha seleccionado y aplicado sin errores. En este contexto, libre de errores no significa perfectamente exacto en todos los aspectos. Por ejemplo, una estimación de un precio o valor no observable no puede señalarse que sea exacta o inexacta. Sin embargo, una representación de esa estimación puede ser fiel si el importe se describe con claridad y exactitud como estimación, se explican la naturaleza y las limitaciones del proceso de estimación, y no se han cometido errores al seleccionar y aplicar un proceso adecuado para desarrollar la estimación.

CC16 Una representación fiel, por sí misma, no da necesariamente lugar a información útil. Por ejemplo, una entidad que informa puede recibir propiedades, planta y equipo mediante una subvención del gobierno.

Obviamente, informar de que una entidad adquirió un activo sin costo representaría fielmente su costo, pero esa información no sería probablemente muy útil. Un ejemplo ligeramente más sutil es una estimación del importe por el que debe ajustarse el importe en libros de un activo para reflejar un deterioro de valor. Esa estimación puede ser una representación fiel si la entidad que informa ha aplicado correctamente un proceso adecuado, ha descrito correctamente la estimación y ha explicado las incertidumbres que afectan de forma significativa a la estimación. Sin embargo, si el nivel de incertidumbre en esa estimación es suficientemente grande, esa estimación no será particularmente útil. En otras palabras, es cuestionable la relevancia del activo que está siendo representado fielmente. Si no hay representación alternativa que sea más útil, esa estimación puede proporcionar la mejor información disponible.

Aplicación de las características cualitativas fundamentales

CC17 Para que sea útil, la información ha de ser relevante y representarse fielmente.

Ni una representación fiel de un fenómeno irrelevante ni una representación no fidedigna de un fenómeno relevante ayudan a los usuarios a tomar decisiones adecuadas.

CC18 Los procesos más eficientes y eficaces para aplicar las características cualitativas fundamentales serían habitualmente de la forma siguiente (sujetos a los efectos de las características de mejora y la restricción del costo, que no están consideradas en este ejemplo). Primero, identificar un fenómeno económico que tiene el potencial de ser útil a los usuarios de la información financiera de la entidad que informa. Segundo, identificar el tipo de información sobre ese fenómeno que sería más relevante si se encontrara disponible y pudiera ser representada fielmente. Tercero, determinar si esa información está disponible y puede ser representada fielmente. Si es así, el proceso de satisfacer las características cualitativas fundamentales termina en ese punto. Si no es así, el proceso se repite con el siguiente tipo de información más relevante.

Características cualitativas de mejora

CC19 La *comparabilidad*, *verificabilidad*, *oportunidad* y *comprensibilidad* son características cualitativas que mejoran la utilidad de la información que es relevante y está fielmente representada. Las características cualitativas de mejora pueden también ayudar a determinar cuál de las dos vías debe utilizarse para describir un fenómeno, si ambas se consideran igualmente relevantes y fielmente representadas.

Comparabilidad

CC20 Las decisiones de los usuarios conllevan elegir entre alternativas, por ejemplo vender o mantener una inversión, o invertir en una entidad que informa o en otra. Por consiguiente, la información sobre una entidad que informa es más útil si puede ser comparada con información similar sobre otras entidades y con información similar sobre la misma entidad para otro periodo u otra fecha.

CC21 La comparabilidad es la característica cualitativa que permite a los usuarios identificar y comprender similitudes y diferencias entre partidas. A diferencia de otras características cualitativas, la comparabilidad no está relacionada con una única partida. Una comparación requiere al menos dos partidas.

CC22 La congruencia, aunque está relacionada con la comparabilidad, no es lo mismo. La congruencia hace referencia al uso de los mismos métodos para las mismas partidas, de periodo a periodo dentro de una entidad que informa, o en un mismo periodo entre entidades. La comparabilidad es la meta; la congruencia ayuda al lograr esa meta.

CC23 La comparabilidad no es uniformidad. Para que la información sea comparable, las cosas similares deben verse parecidas y las cosas distintas deben verse diferentes. La comparabilidad de la información financiera no se mejora haciendo que las cosas diferentes se vean parecidas ni haciendo que las cosas similares se vean distintas.

CC24 Se suele conseguir cierto grado de comparabilidad satisfaciendo las características cualitativas fundamentales. Una representación fiel de un fenómeno económico relevante debería tener naturalmente algún grado de comparabilidad con una representación fiel de un fenómeno económico relevante similar de otra entidad que informa.

CC25 Aunque un fenómeno económico único puede ser representado fielmente de múltiples formas, permitiendo métodos contables alternativos para el mismo fenómeno económico, ello disminuye la comparabilidad.

Verificabilidad

CC26 La verificabilidad ayuda a asegurar a los usuarios que la información representa fielmente los fenómenos económicos que pretende representar. Verificabilidad significa que observadores independientes diferentes debidamente informados podrían alcanzar un acuerdo, aunque no necesariamente completo, de que una descripción particular es una representación fiel. La información cuantificada no necesita ser una estimación única para ser verificable. También puede verificarse un rango de posibles importes y las probabilidades relacionadas.

CC27 La verificación puede ser directa o indirecta. Verificación directa significa comprobar un importe u otra representación mediante la observación directa, por ejemplo, contando efectivo. Verificación indirecta significa comprobar los datos de entrada de un modelo, fórmulas u otra técnica, y recalculando el resultado utilizando la misma metodología. Un ejemplo es verificar el importe del inventario comprobando los datos de entrada (cantidades y costos) y recalculando el inventario final utilizando la misma suposición de flujo de costo (por ejemplo, utilizando el método (primera entrada, primera salida).

CC28 Puede que algunas explicaciones e información financiera con proyección al futuro no se pueden verificar hasta un periodo futuro, si es que se pueden verificar en algún momento. Para ayudar a los usuarios a decidir si quieren utilizar esa información, sería normalmente necesario revelar las hipótesis subyacentes, los métodos de recopilar la información y otros factores y circunstancias que respaldan la información.

Oportunidad

CC29 Oportunidad significa que los responsables de la toma de decisiones dispongan a tiempo de información, de forma que ésta tenga la capacidad de influir en sus decisiones. Generalmente, cuanto más antigua es la información, menor es su utilidad. Sin embargo, cierta información puede continuar siendo oportuna durante bastante tiempo después del cierre de un periodo sobre el que se informa debido a que, por ejemplo, algunos usuarios pueden necesitar identificar y evaluar tendencias.

Comprensibilidad

CC30 La clasificación, caracterización y presentación de la información de forma clara y concisa la hace *comprensible*.

CC31 Algunos fenómenos son complejos en sí mismos y no puede facilitarse su comprensión. La exclusión de información sobre esos fenómenos en los informes financieros puede facilitar la comprensión de la información de dichos informes financieros. Sin embargo, esos informes estarían incompletos, y por ello serían potencialmente engañosos.

CC32 Los informes financieros se preparan para usuarios que tienen un conocimiento razonable de las actividades económicas y del mundo de los negocios, y que revisan y analizan la información con diligencia. A veces, incluso los usuarios diligentes y bien informados pueden necesitar recabar la ayuda de un asesor para comprender la información sobre fenómenos económicos complejos.

Fuente: Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad, 2010.

Anexo 2: Extracto del control de existencias mes de marzo 2017

Producto "Sandalia Romana de color negro". Tienda Santiago Centro

Fecha	Transacción	Costo Unitario	Unidades			Valores			Precio por unidad (PMP)
			Entrada	Salida	Saldo	Entrada	Salida	Saldo	
01-mar	Saldo inicial		122		122			\$ 1.220.000	\$ 10.000 por u.
02-mar	Traspaso desde bodega	\$ 7.000	20		142	\$ 140.000		\$ 1.360.000	\$ 9.577 por u.
02-mar	Venta			75	67		\$ 718.310	\$ 641.690	
03-mar	Traspaso desde bodega	\$ 8.000	45		112	\$ 360.000		\$ 1.001.690	\$ 8.943 por u.
03-mar	Venta			72	40		\$ 643.944	\$ 357.746	
04-mar	Traspaso desde bodega	\$ 600	40		80	\$ 24.000		\$ 381.746	\$ 4.772 por u.
04-mar	Venta			55	25		\$ 262.451	\$ 119.295	
05-mar	Traspaso desde bodega	\$ 5.000	60		85	\$ 300.000		\$ 419.295	\$ 4.933 por u.
05-mar	Venta			62	23		\$ 305.839	\$ 113.456	
06-mar	Traspaso desde bodega	\$ 5.000	80		103	\$ 400.000		\$ 513.456	\$ 4.985 por u.
06-mar	Venta			50	53		\$ 249.251	\$ 264.205	
07-mar	Traspaso desde bodega	\$ 7.000	40		93	\$ 280.000		\$ 544.205	\$ 5.852 por u.
07-mar	Venta			64	29		\$ 374.507	\$ 169.698	

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 3: Extracto Norma Internacional de Contabilidad 2

El objetivo de esta Norma es prescribir el tratamiento contable de los inventarios. Un tema fundamental en la contabilidad de los inventarios es la cantidad de costo que debe reconocerse como un activo, para que sea diferido hasta que los ingresos correspondientes sean reconocidos. Esta Norma suministra una guía práctica para la determinación de ese costo, así como para el subsiguiente reconocimiento como un gasto del periodo, incluyendo también cualquier deterioro que rebaje el importe en libros al valor neto realizable. También suministra directrices sobre las fórmulas del costo que se usan para atribuir costos a los inventarios (párrafo 1).

Inventarios son activos (párrafo 6):

- (a) Poseídos para ser vendidos en el curso normal de la operación;
- (b) en proceso de producción con vistas a esa venta; o
- (c) en forma de materiales o suministros que serán consumidos en el proceso de producción o en la prestación de servicios

Valor neto realizable es el precio estimado de venta de un activo en el curso normal de la operación menos los costos estimados para terminar su producción y los necesarios para llevar a cabo la venta (párrafo 6).

El valor neto realizable hace referencia al importe neto que la entidad espera obtener por la venta de los inventarios en el curso normal de la operación. El valor razonable refleja el precio al que tendría lugar una transacción ordenada para vender el mismo inventario en el mercado principal (o más ventajoso) para ese inventario, entre participantes de mercado en la fecha de la medición. El primero es un valor específico para la entidad, mientras que el último no. El valor neto realizable de los inventarios puede no ser igual al valor razonable menos los costos de venta (párrafo 7).

Entre los inventarios también se incluyen los bienes comprados y almacenados para su reventa, entre los que se encuentran, por ejemplo, las mercaderías adquiridas por un minorista para su reventa a sus clientes, y también los terrenos u otras propiedades de inversión que se tienen para ser vendidos a terceros. También son inventarios los productos terminados o en curso de fabricación mantenidos por la entidad, así como los materiales y suministros que serán usados en el proceso productivo. Los costos incurridos para cumplir un contrato con un cliente que no dan lugar a inventarios (o activos dentro del alcance de otra Norma) se contabilizarán de acuerdo con la NIIF 15 Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes (párrafo 8).

Fuente: NIC2, 2017.

Referencias

El Marco Conceptual para la Información Financiera, versión 2010, emitido por el IASB.

NIC 2, "Inventarios", versión 2017, emitida por el IASB.