

## Interpretación SIC-31

### ***Ingresos Ordinarios—Permutas de Servicios de Publicidad***

#### Referencias

---

- NIC 8 *Políticas Contables, Cambios en las Estimaciones Contables y Errores*
- NIC 18 *Ingresos Ordinarios*

#### Problema

---

- 1 Una entidad (Vendedor) puede participar en una permuta para proporcionar servicios publicitarios a cambio de recibir otros servicios publicitarios de su cliente (Cliente). La publicidad puede ser mostrada en Internet o en carteles publicitarios, emitida en televisión o radio, difundida a través de revistas o periódicos, o presentada a través de otros medios.
- 2 En algunos casos, no se intercambian ni efectivo ni otras contrapartidas entre las entidades participantes. En otros casos, se pueden intercambiar importes iguales o aproximadamente iguales de efectivo u otras contrapartidas.
- 3 Según la NIC 18 *Ingresos Ordinarios*, el Vendedor que proporciona servicios publicitarios, en el curso de sus actividades ordinarias, reconocerá los ingresos por permuta de servicios de publicidad cuando, entre otros criterios, los servicios intercambiados sean diferentes (párrafo 12 de la NIC 18) y el importe de ingresos pueda ser medido fiablemente (párrafo 20(a) de la NIC 18). Esta Interpretación sólo se aplica a un intercambio de servicios publicitarios diferentes. Un intercambio de servicios publicitarios similares no es una transacción que genere ingresos ordinarios según la NIC 18.
- 4 El problema planteado es bajo qué circunstancias puede un Vendedor medir fiablemente los ingresos por el valor razonable de los servicios publicitarios recibidos o proporcionados en la permuta.

#### Acuerdo

---

- 5 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, el Vendedor 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:
  - (a) conlleven publicidad similar a la publicidad permutada;
  - (b) sucedan frecuentemente;
  - (c) representen un número significativo de transacciones e importe cuando se las compara con todas las transacciones que proporcionan publicidad similar a la permutada;

## SIC 31

- (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.

### **Fecha de acuerdo**

---

Mayo de 2001

### **Fecha de vigencia**

---

Esta Interpretación entrará en vigor el 31 de diciembre de 2001. Los cambios en las políticas contables se tratarán de acuerdo con la NIC 8.